

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ผู้วิจัย

นายกิตติภักดิ์ ปรีดาธรรม

26 พ.ย. 2558

359507 เริ่มบริการ

๕7 ต.ค. 2559

ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายได้

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา

ปีงบประมาณ 2557

ประกาศคุณูปการ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Management) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาสำเร็จด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากหลายฝ่าย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่ได้เปิดโอกาสและให้การสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์ คณบดีคณะการจัดการและการท่องเที่ยว และขอขอบพระคุณหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยบูรพาที่ให้ความร่วมมือแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน

ผู้วิจัย

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสำรวจความต้องการการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการการศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาทางการท่องเที่ยว และได้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นนิสิตชั้นปีที่ 4 คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการโรงแรมในภาคตะวันออก จำนวน 461 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ Resource Based Theory และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิเป็นขอบเขตเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่าความต้องการในการศึกษาต่อส่วนใหญ่สนใจการศึกษาแบบไม่ทำวิทยานิพนธ์ จากการสำรวจ พบว่า มีรายวิชาเสริมพื้นฐาน รายวิชาบังคับ รายวิชาเลือก มีความเหมาะสม สำหรับนำไปใช้ในการทำงานทางการท่องเที่ยว ซึ่งหากมีการสอนภาษาต่างประเทศในหลักสูตร กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจที่จะเรียนภาษาจีนมากที่สุด นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่จะศึกษาในสถาบันของไทยที่ยอมรับในระดับสากล และได้รับความรู้ในทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ สามารถนำความรู้ไปเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และปฏิบัติได้จริงในสายอาชีพของตน

เมื่อการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อองค์การเป็นประเด็นส่วนใหญ่ที่ผู้เชี่ยวชาญมุ่งเน้นด้านคุณค่าของตัวหลักสูตร โดยการออกแบบหลักสูตรให้เป็นที่ต้องการของผู้เรียน และด้านบุคคลภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับคณะ โดยการเชิญผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ความสามารถโดยตรงมาบรรยายเป็นครั้งคราว ถือเป็นประเด็นที่สามารถเพิ่มศักยภาพต่อองค์การรวมถึงสร้างความได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยมีข้อเสนอแนะให้มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ประกอบการเรียนรู้รูปแบบใหม่ พัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้ทันสมัย สนับสนุนให้ผู้เรียนใช้นวัตกรรมให้มากยิ่งขึ้น มีการพัฒนาการเรียนการสอนแบบ bilingual เน้นการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและผู้บริโภค โดยมีความร่วมมือกับองค์การอื่น ในการสร้างหลักสูตรที่เป็น co-creation การสร้างเครือข่ายกับบุคคลภายนอก เพื่อนำมาบูรณาการทรัพยากร และพัฒนาอาจารย์ให้มีคุณภาพ มีประสบการณ์ แม้ความเชี่ยวชาญในการสอนอย่างสม่ำเสมอ

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	ก
สารบัญตาราง.....	ค
สารบัญรูปภาพ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	5
ความสำคัญของการศึกษา	5
กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ.....	5
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้.....	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ.....	8
การวิเคราะห์โดยใช้ทรัพยากรเป็นฐาน.....	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	11
รูปแบบการวิจัย.....	11
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	11
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	48
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	60

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	65
ตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษา	65
ตอนที่ 2 อภิปรายผล	67
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก.....	72

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว จังหวัดชลบุรี 535 แห่ง.....	12
3.2 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจังหวัดตราด 204 แห่ง.....	30
3.3 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจังหวัดระยอง 75 แห่ง.....	36
3.4 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว14 แห่ง.....	39
3.5 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี 15 แห่ง.....	40
3.6 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา 5 แห่ง.....	40
3.7 กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการโรงแรมในภาคตะวันออก.....	41
3.8 Operationaldefinitiontables.....	44
4.1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	50
4.3 จำนวนและร้อยละของอาชีพ จำแนกตามความสอดคล้องของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว.....	50
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งเงินทุนการศึกษา.....	51
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน.....	51
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเสริมพื้นฐาน.....	52
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาบังคับ.....	52
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเลือก.....	54
4.9 ลำดับความสนใจเรียนวิชาภาษาต่างประเทศ.....	52
4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตร.....	55
4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านหลักสูตร.....	57
4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติจากการศึกษา.....	58
4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านผลิตผล และผลลัพธ์.....	59

สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	3
3.1 การสุ่มตัวอย่างผู้ที่ทำงานและจบปริญญาตรี	42
3.2 Collecting workflow	46

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รุ่นที่ 1 และ รุ่นที่ 2 ที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ ใน 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 การเรียนในประเทศไทยได้รับปริญญาบัตรของประเทศไทย รูปแบบที่ 2 การเรียนในประเทศไทย และประเทศฝรั่งเศส ได้รับปริญญาบัตร 2 ใบจากทั้งประเทศไทยและประเทศฝรั่งเศส โดยรุ่นที่ 1 และ 2 มีนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติประมาณ 8 - 10 คน ต่อมารุ่นที่ 3 มีนิสิตประมาณ 10 คน ได้ปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนของรูปแบบที่ 1 เป็นภาษาไทย พบว่าความสนใจในการเรียนหลักสูตรนี้มีน้อยลง ซึ่งตรงกันข้ามกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากภาพรวมของการท่องเที่ยวในปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้นประมาณ 22 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ถึงร้อยละ 15 ส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2555 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 965,000 พันล้านบาท สำหรับการท่องเที่ยวในปี 2556 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 และรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 6 จากปี 2555 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศคาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8 และมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) จากที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดการเติบโตมากขึ้นก็จะมีการแข่งขันกันให้อุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นด้วย

ความสำคัญของการแข่งขันคือการพัฒนาความแตกต่างของตนเองในผลิตภัณฑ์หรือการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาให้บริการ ผู้ที่อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ต้องมีการต่อยอดความรู้เข้ามาเรียนในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามความต้องการของตลาดที่กำลังเติบโตขึ้น ซึ่งหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีผู้ที่สนใจในการเรียนน้อยกว่าที่ ควรจะเป็นเมื่อเทียบกับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงต้องคิดว่าตัวแปรใดที่เป็น ตัวแปรสำคัญในการตอบสนองความต้องการที่จะเข้ามาเรียนในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อผลักดันบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปพัฒนาเพิ่ม มูลค่าทรัพยากรในการท่องเที่ยวให้สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนโดยการนำแนวคิดและทฤษฎีที่จะมา แก้ปัญหา ได้แก่ ทฤษฎี Resource Based Theory ของ Barney (2001) โดยใช้ VIRO framework หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะกรรมการและการท่องเที่ยว กรอบมหาวิทยาลัยบูรพา มาตรฐานคุณวุฒิ (Thailand Qualifications Framework) ของสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา

ทฤษฎี Resource Based Theory ของ Barney (2001) โดยใช้ VIRO framework ซึ่งประกอบด้วย

- 1) Value (คุณค่า)
- 2) Rareness (ความหายาก)

3) Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน)

4) Organization (องค์กร)

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (Thailand Qualifications Framework) หรือ นิยมเรียกว่า TQF พัฒนาโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กรอบความรู้ TQF เน้นให้นิสิต มีการเรียนรู้ แบ่งออกมาเป็น 5 ด้าน คือ 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะสำรวจความต้องการในการศึกษาต่อ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรดังกล่าว ประโยชน์ที่ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับในการศึกษาครั้งนี้ คือ ได้แนวทางการปรับปรุง และได้ทราบถึงความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
2. เพื่อสำรวจข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาหลักสูตรของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดการท่องเที่ยว

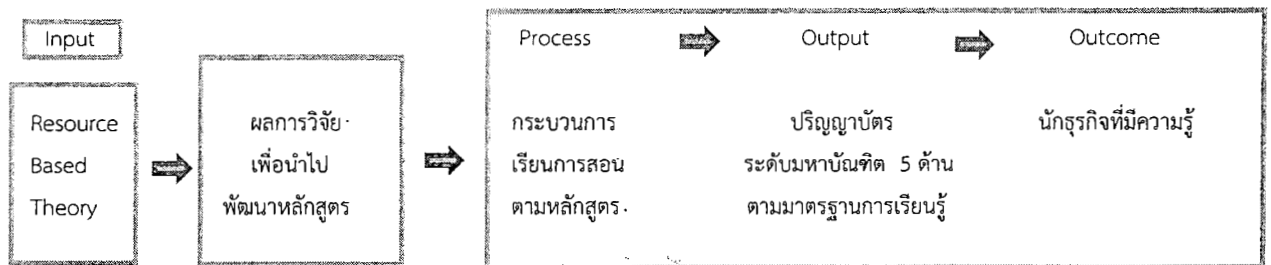
ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตในด้านเนื้อหา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย
 - 1) ศึกษาทฤษฎี Resource Based Theory ของ Barney โดยใช้ VRIO framework ซึ่งประกอบด้วย (1) Value (คุณค่า) (2) Rareness (ความหายาก) (3) Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน) (4) Organization (องค์กร)
 - 2) ศึกษากรอบมาตรฐานคุณวุฒิ(TQF) ของ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(2552) ซึ่งประกอบไปด้วย (1) คุณธรรม จริยธรรม (2) ความรู้ (3) ทักษะทางปัญญา(4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (5) ทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. ขอบเขตด้านประชากร นิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยบูรพา และ ผู้ที่ทำงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ มหาวิทยาลัยบูรพา และ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
4. ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูล ระหว่างเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556 ด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

เริ่มด้วยการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ศึกษารายวิชาในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จากนั้นจึงเริ่มศึกษากรอบมาตรฐานคุณวุฒิ(TQF) ของ สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยกัน 5 ด้าน จึงจะสร้างให้เกิดนักรักที่ทำได้ และจึงศึกษาทฤษฎี Resource Based Theory โดยใช้ VIRO framework จึงออกมาเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
2. ทราบแนวทางการปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การปรับปรุง หมายถึง การแก้ไขให้เรียบร้อยหรือดียิ่งขึ้น
2. ความต้องการ หมายถึง อยากรู้ใครได้ ประสงค์จะได้
3. ปริญญาโท หมายถึง ปริญญาทางการศึกษาที่มอบให้แก่บุคคลที่มีระดับการศึกษาที่แสดงถึงการเรียนรู้หรือการศึกษาซึ่งลงลึกในขอบเขตการศึกษาที่เฉพาะเจาะจงหรือในส่วนของอาชีพนั้นๆ ภายในขอบเขตของการศึกษา ผู้ที่จบในระดับการศึกษาปริญญาโทนี้ต้องมีความรู้ขั้นสูงในเชิงทฤษฎีเป็นพิเศษและสามารถประยุกต์ใช้ในหัวข้อวิจัย มีความสามารถในการวิเคราะห์สูง มีการคิดเชิงวิจารณ์ญาณและประยุกต์ใช้ในอาชีพสูง มีความสามารถในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และมีความคิดที่จริงจังและเป็นอิสระ
4. กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ(TQF) หมายถึง กรอบที่แสดงระบบคุณวุฒิการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ประกอบไปด้วย (1) คุณธรรม จริยธรรม (2) ความรู้ (3) ทักษะทางปัญญา (4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (5) ทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ
5. อุตสาหกรรมหมายถึง “การกระทำสิ่งใด ๆ เพื่อให้เป็นสินค้า” แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้นคือ ” กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง”

6. การท่องเที่ยว ก็คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไร ที่ต้องอาศัย แรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัย เรื่อง “สำรวจความต้องการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” ซึ่งผู้วิจัยมีแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- ความสำคัญของการศึกษา
- กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
- แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้
- แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
- ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร
- การวิเคราะห์โดยใช้ทรัพยากรเป็นฐาน

ความสำคัญของการศึกษา

การบริหารธุรกิจมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจมีความเจริญก้าวหน้า มั่นคง นอกจากนี้ธุรกิจยังช่วยให้ประชาชนมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น การแก้ปัญหาทางสังคม และทำให้ธุรกิจทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (สุพาดา สิริกุตตา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ฌักซ์ กุลิสร์, ศุภินญา ญาณสมบุรณ์, เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และจิตอุษา ชันทอง, 2549) การศึกษาในด้านการบริหารธุรกิจคือการศึกษาถึงการปรับปรุงคุณค่าชีวิต ในด้านศิลปะที่ธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยความชำนาญในการประกอบธุรกิจ ด้านศาสตร์เนื่องจากการประกอบธุรกิจต้องขึ้นอยู่กับเกณฑ์และการฝึกหัด และด้านสถาบันทางสังคมเพราะธุรกิจเป็นผลสะท้อนต่อบุคคลและส่วนรวม หลักการบริหารธุรกิจจะทำให้ทราบถึงการดำเนินงานขององค์การธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต การบริหารที่ดีต้องส่งเสริมให้องค์กรอยู่รอดและมีความเจริญก้าวหน้า

การบริหารธุรกิจ เป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิด วิธีการ หลักการ และการปฏิบัติขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่ใช้กันอยู่ในวงการธุรกิจ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการจัดการศึกษาที่มีระเบียบแบบแผน มีการกำหนดจุดหมายปลายทาง และวางแนวทางปฏิบัติในการจัดหลักสูตร เพื่อให้ผู้ศึกษาทางด้านธุรกิจสามารถคิดเป็น คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ เกิดทักษะและคุณลักษณะที่ดีงาม

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF:HEd)

เป็นกรอบที่แสดงระบบคุณวุฒิการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศซึ่งประกอบด้วยระดับคุณวุฒิ ความเชื่อมโยงต่อเนื่องจากคุณวุฒิระดับหนึ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้นการแบ่งสายวิชามาตรฐานผลการเรียนรู้ของแต่ละระดับคุณวุฒิซึ่งเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของคุณวุฒิปริมาณการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเวลาที่ต้องใช้ลักษณะของ

หลักสูตรในแต่ละระดับคุณวุฒิการเปิดโอกาสในเทียบโอนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตรวมทั้งระบบและกลไกที่ให้ความมั่นใจในประสิทธิผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของสถาบันอุดมศึกษาว่าสามารถผลิตบัณฑิตให้บรรลุคุณภาพตามมาตรฐานผลการเรียนรู้(สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552)

หลักความสำคัญของ TQF

1. เป็นเครื่องมือในการนำแนวนโยบายการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการวัดการเรียนรู้ตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ (ภาคผนวก ก)
2. มุ่งเน้นที่มาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิต (Learning Outcomes) ที่เป็นมาตรฐานขั้นต่ำเชิงคุณภาพเพื่อประกันคุณภาพบัณฑิต
3. เป็นการประมวลกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรและการเรียนการสอนให้เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน
4. มุ่งให้สถาบันการศึกษาของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการดำเนินการ TQF

1. เพื่อเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการนำแนวนโยบายการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 เกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของชาติ และมาตรฐานการอุดมศึกษาไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการนำไปเป็นหลักในการพัฒนาหลักสูตรกระบวนการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนรู้
2. เพื่อกำหนดเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้ชัดเจนโดยกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิตที่คาดหวังในแต่ละคุณวุฒิ และเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาได้ใช้เป็นหลัก และเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแล้วพัฒนาการจัดการศึกษา
3. เพื่อเชื่อมโยงระดับต่าง ๆ ของคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษาให้เป็นระบบ เพื่อบุคคลที่จะได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ได้อย่างต่อเนื่องและหลากหลายตามหลักการศึกษาตลอดชีวิต
4. เพื่อช่วยให้เกิดวัฒนธรรมคุณภาพในสถาบันอุดมศึกษาและกลไกในการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่ง
5. เพื่อเป็นกรอบในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้เรียน ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ ชุมชน สังคมและสถาบันอื่น ๆ
6. เพื่อประโยชน์ในการเทียบเคียงมาตรฐานคุณวุฒิระหว่างสถาบันอุดมศึกษา ทั้งในและต่างประเทศ ในการย้ายโอนนักศึกษาระหว่างสถาบันอุดมศึกษา
7. เพื่อให้มีการกำกับดูแลคุณภาพการผลิตบัณฑิตกันเองในแต่ละสาขา
8. เพื่อนำไปสู่การลดขั้นตอนในการดำเนินการให้กับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเข้มแข็ง

ระดับคุณวุฒิ (Levels of Qualifications)

- ระดับที่ 1 อนุปริญญา (3 ปี)
- ระดับที่ 2 ปริญญาตรี
- ระดับที่ 3 ประกาศนียบัตรบัณฑิต
- ระดับที่ 4 ปริญญาโท
- ระดับที่ 5 ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง
- ระดับที่ 6 ปริญญาเอก

มาตรฐานการเรียนรู้ (Domain of learning) ของคุณวุฒิของระดับปริญญาโท

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and morals) สามารถจัดปัญหาทางด้านจริยธรรมที่ซับซ้อนเชิงวิชาการโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น สามารถวินิจฉัยอย่างผู้รู้ด้วยความยุติธรรมและชัดเจน มีหลักฐานและตอบสนองปัญหาเหล่านั้นตามหลักการและเหตุผล ด้วยค่านิยมอันดีงาม แสดงออกซึ่งภาวะผู้นำในการส่งเสริมให้มีการประพฤติปฏิบัติตามหลักคุณธรรม จริยธรรม ในสภาพแวดล้อมของการทำงานและในชุมชนที่กว้างขวางขึ้น
2. ด้านความรู้ (Knowledge) มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาสาระหลักของสาขาวิชา ตลอดจนหลักการและทฤษฎีที่สำคัญและนำมาประยุกต์ในการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการหรือการปฏิบัติในวิชาชีพมีความเข้าใจทฤษฎี การวิจัยและการปฏิบัติทางวิชาชีพนั้นอย่างลึกซึ้ง มีความเข้าใจในการพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ และการประยุกต์ ตลอดจนผลกระทบของผลงานวิจัยที่มีต่อองค์ความรู้ในสาขาวิชา
3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive skills) ใช้ความรู้ในการจัดการบริบทใหม่ที่ไม่คาดคิดทางวิชาชีพ และมีการพัฒนาแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา สามารถใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีข้อมูลไม่เพียงพอ สามารถสังเคราะห์และใช้ผลงานวิจัย สิ่งตีพิมพ์ทางวิชาการ หรือรายงานทางวิชาชีพและพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ โดยการบูรณาการให้เข้ากับองค์ความรู้เดิมได้อย่างสร้างสรรค์ รวมถึงพัฒนาข้อสรุปและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชาการได้ด้วยตนเอง
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal skills and responsibility) สามารถแก้ไขปัญหามีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง สามารถตัดสินใจการดำเนินงานและประเมินตนเองได้ มีความรับผิดชอบในการดำเนินการของตนเอง และร่วมมือกับผู้อื่นได้อย่างเต็มที่ในการจัดการข้อขัดแย้งและปัญหาต่าง ๆ แสดงออกถึงการเป็นผู้นำได้อย่างเหมาะสมตามโอกาสและสถานการณ์
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical, Communication and information technology skills) สามารถคัดกรองข้อมูลทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าปัญหา สรุปปัญหา และข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหในด้านต่าง ๆ สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ โดยการนำเสนอรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านสิ่งตีพิมพ์ทางวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งวิทยานิพนธ์หรือโครงการค้นคว้าที่สำคัญ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ

ชิฟแมน และ คานู (Shiffman and Kanuk อ้างถึงในสุพาดา สิริกุตตา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ณิชกุลสิริ, ศุภินญา ญาณสมบุรณ์, เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และจิตอุษา ชันทอง, 2549) กล่าวว่า การรับรู้คือกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรรและตีความหมายออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นจากการได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่อิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคลนั้น

การรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นจากการรับรู้ที่ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีอิทธิพลมาจากการสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และความต้องการของผู้บริโภคเอง กรอนรูส (Gronroos อ้างถึงใน สุพาดา สิริกุตตา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ณิชกุลสิริ, ศุภินญา ญาณสมบุรณ์, เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และจิตอุษา ชันทอง, 2549) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะที่ดีในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ถึงคุณภาพบริการที่ดีได้
2. ทศนคติและพฤติกรรม เป็นการรับรู้เกี่ยวกับการเอาใจใส่ และดูแลผู้บริโภคจากผู้ให้บริการ
3. การเข้าถึงบริการได้ง่ายและมีความยืดหยุ่น มีขั้นตอนในการเข้าถึงบริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการปรับบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
4. ความไว้วางใจ เป็นความเชื่อสัตย์ของผู้ให้บริการที่มอบให้แก่ผู้บริโภคเมื่อตกลงใช้บริการเกิดขึ้น ผู้บริโภคสามารถไว้วางใจผู้ให้บริการว่าจะทำตามข้อตกลงอย่างเหมาะสม
5. การชดเชย เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าการบริการไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ผู้ให้บริการต้องทำการปรับปรุงให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภคทันที

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Modified Need Hierarchy Theory)

ทฤษฎีนี้พัฒนาขึ้นมาโดยเคลย์ตัน พี แอลเดอร์เฟอร์ โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ แต่ได้สร้างรูปแบบที่แตกต่างออกไป ซึ่งเรียกว่า ทฤษฎีความต้องการ อี อาร์ จี (ERG : Existence - Relation - Growth - Need Theory)

แอลเดอร์เฟอร์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ไว้ 3 ประเภท ดังนี้ (Schultz and Schultz, 1998)

3.1 ความต้องการมีชีวิตอยู่ เป็นความต้องการขั้นแรก ได้แก่ ความต้องการด้านทางร่างกาย เพื่อการมีชีวิตอยู่ ซึ่งรวมถึงความต้องการอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย และต้องการความมั่นคงปลอดภัย องค์กรสามารถตรวจสอบนอกความต้องการด้านนี้ได้ โดยการเพิ่มค่าจ้าง ให้เงินพิเศษให้ผลประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย การมีความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

3.2 ความต้องการมีความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ต้องการเป็นบุคคลที่มีความหมายสำหรับสังคม เช่น ความต้องการเป็นผู้นำ ความต้องการมีเกียรติยศ ชื่อเสียง ฐานะทางสังคมที่สูงขึ้น ความต้องการมีความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ จะเกิดจากการได้ปฏิบัติงานร่วมกันกับผู้ร่วมงานที่อยู่ในโครงการและสมาชิกในครอบครัวตลอดจนเพื่อน ๆ

3.3 ความต้องการความก้าวหน้า เป็นความต้องการที่จะมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงสถานภาพ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เช่น ความต้องการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในหน้าที่การงานเพิ่มขึ้น ความต้องการทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความต้องการ ความก้าวหน้าที่เกิดจากการได้ใช้ทักษะและความสามารถอย่างเต็มที่และการใช้ความคิดส่วนรวมในการทำงาน เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์และทฤษฎีของแอลเดอร์เฟอร์ สามารถร่วมนำมาเปรียบเทียบโดยที่ความต้องการมีชีวิตอยู่จะสัมพันธ์กับความต้องการสรีระและความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการมีความสัมพันธ์ทางสังคม จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการทางสังคมของมาสโลว์ สำหรับความต้องการความก้าวหน้าจะสัมพันธ์กับความต้องการยกย่องนับถือและความต้องการตระหนักรู้ในตนเอง (Greenberg and Baron, 2003)

การวิเคราะห์โดยใช้ทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-based approach)

คำว่า “ทรัพยากร” (Resource) หมายถึงสินทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการ ทักษะหรือความรู้ ซึ่งที่อยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กร ทรัพยากรต่างๆ เหล่านี้หากช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบถือว่าเป็นจุดแข็ง ในทางตรงกันข้ามหากทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ด้อยกว่าคู่แข่งถือเป็นจุดอ่อน

บาร์นี (Barney อ้างถึงใน ทิศนา แคมมณี, 2553) ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์กร เรียกว่า “VRIO framework” โดยการตอบคำถาม 4 ข้อดังนี้

1. V = Value (คุณค่า) ทรัพยากรนั้นทำให้ได้เปรียบคู่แข่งขั้นหรือไม่

สิ่งที่องค์กรต้องใช้จุดอ่อนและจุดแข็ง เพื่อแสวงหาประโยชน์จากโอกาสและลบล้างอุปสรรค ถึงแม้ว่าทรัพยากรสามารถเข้าถึงปัจจัยแวดล้อมได้หลายทางแต่ถ้าไม่สามารถสร้างคุณค่าได้ ศักยภาพทางการได้เปรียบก็ไม่เกิดขึ้น

2. R = Rareness (ความหายาก) ทรัพยากรนั้นคู่แข่งอื่นๆ มีหรือไม่

ความสามารถที่หายากที่เกิดขึ้นจากคู่แข่งขั้นน้อยราย ทรัพยากรภายในองค์กรที่มีคุณค่าจะถูกทำให้คุณค่าลดน้อยลงเมื่อคู่แข่งส่วนใหญ่มี ทรัพยากรเหมือนกันและสามารถใช้ประโยชน์เช่นเดียวกัน สุดท้ายก็เป็นเพียงแค่สร้างความเท่าเทียมในการแข่งขัน (Competitive parity) มิใช่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

3. I = Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน) ทรัพยากรนั้นหากผู้อื่นเลียนแบบแพงหรือไม่

ต้นทุนการลอกเลียนแบบที่สูงเป็นผลทำให้บริษัทอื่นไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยง่าย ถึงแม้ว่าองค์กรจะเข้าสู่ตลาดเป็นราย แรกๆ พร้อมด้วยทรัพยากรที่หายากแต่ถ้าคู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเท่านั้น

4. O = Organization (องค์กร) ทรัพยากรนั้นองค์กรนำมาใช้ประโยชน์หรือไม่
ความสามารถที่ทดแทนไม่ได้จะต้องไม่มีความสามารถเทียบเคียงทางกลยุทธ์ทดแทนได้ ความสามารถที่
ทดแทนไม่ได้จะเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน นอกจากนี้การจัดการองค์การ
(Organization) ที่ดีและจำเป็นสำหรับการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมจากการสร้างโครงสร้างการทำงานที่อาศัย
ความร่วมมือที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดและการกระทำนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
อย่างยั่งยืน (Sustainable competitive advantage หากคำตอบที่ได้จากคำถามคือ “ใช่” สำหรับทรัพยากร
ใด ก็ตามในองค์กรก็แสดงว่าทรัพยากรนั้น ถือเป็นจุดแข็งและเป็นความสามารถพิเศษ การวิเคราะห์และ
ประเมินทรัพยากรหลักสำคัญขององค์กรดังกล่าว จุดมุ่งหมายสำคัญก็เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจว่า หากได้นำ
ปัจจัยเหล่านี้เป็น ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน (Internal strategic factors) ถือเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน จะช่วยให้
เกิดผลดีต่อการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรหรือไม่ เพราะปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นตัวกำหนดการดำเนินงานของ
บริษัทในอนาคต

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่อง “สำรวจความต้องการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ” ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Management) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นการวิจัยแบบผสม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อเก็บข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ความต้องการที่มีต่อหลักสูตร และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษาในเรื่องกรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์กร (VRIO Framework) เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. นิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เนื่องจากต้องการสำรวจนิสิตที่เรียนสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวโดยตรง จำนวนประมาณ 100 คน ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อหลักสูตร และขณะเดียวกัน นิสิตสาขาอื่นๆ เช่น การตลาด การจัดการ อาจมีความสนใจหรือต้องการพัฒนาความรู้เพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นนิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 จึงแบ่งออกเป็น 8 สาขาดังนี้ (1) สาขาการจัดการการท่องเที่ยว (2) สาขาบัญชี (3) สาขาการจัดการ (4) สาขาการตลาด (5) สาขาการจัดการโรงแรม (6) สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (7) สาขาการเงิน (8) สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ

2. ผู้ที่ทำงานและจบปริญญาตรี แบ่งออกเป็น

(1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในภาคตะวันออกที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวอย่างถูกต้องรวมประชากรทั้งสิ้นจำนวน 848 แห่ง มีรายชื่อแบ่งตามจังหวัดดังนี้

ตาราง3-1กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดชลบุรี 535 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	11-00759	OUTBOUND	บริษัทเอ.ที. ชลบุรีทัวร์ จำกัด
2	11-01269	OUTBOUND	เวชสวรรค์การท่องเที่ยว
3	11-02848	OUTBOUND	บริษัทควอลิตี้ ทัวร์ จำกัด
4	11-03548	OUTBOUND	บริษัทไฟน์เดย์ ทัวร์ แอนด์ เทรด เซอร์วิส จำกัด
5	11-04213	OUTBOUND	บริษัทพญาพลาตินัม ทัวร์ จำกัด
6	11-04249	OUTBOUND	บริษัทเทรเวล เซ็นทรัล (ไทยแลนด์) จำกัด
1	11-04281	OUTBOUND	บริษัท มายอ็อปฟิศ ทราเวล จำกัด
8	11-04457	OUTBOUND	ฟอร์ ยูทราเวล เซาส์ อีส เอเชีย
9	11-04495	OUTBOUND	บริษัท เอสไอ ดี เอส ทราเวล แอนด์ เทรด จำกัด
10	11-04665	OUTBOUND	บริษัท เจดับเบิลยู แทรเวล จำกัด
11	11-04812	OUTBOUND	เยี่ยมทัวร์
12	11-05093	OUTBOUND	บริษัทนาดาลี โอ วาย โอ ภูเก็ต จำกัด
13	11-05102	OUTBOUND	บริษัทที.เค.เค.เวิลด์ ทัวร์ จำกัด
14	11-05259	OUTBOUND	อีสเทิร์นพลาเนท อินฟอร์เมชั่น ทัวร์
15	11-05352	OUTBOUND	บริษัท เมคแทรเวล ออฟฟิศ จำกัด
16	11-05619	OUTBOUND	บริษัทวี.เอ.เอ็น.ทราเวล จำกัด
17	11-05663	OUTBOUND	บริษัทคอนโซเวล แทรเวล เทรด จำกัด
18	11-05712	OUTBOUND	บริษัทออลไทม์ ทิคเก็ต แอนด์ ทราเวล จำกัด
19	11-05816	OUTBOUND	บริษัท ไบรแอนด์ จอย ทัวร์ จำกัด
20	11-05827	OUTBOUND	บริษัททาจสโก ทราเวล จำกัด
21	11-05831	OUTBOUND	บริษัทแอ็กทีฟ ฮอลิเดย์ จำกัด
22	11-06003	OUTBOUND	บริษัทแม็กซิส เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
23	11-06143	OUTBOUND	บริษัทอโยไทย ทราเวล จำกัด
24	11-06210	OUTBOUND	บริษัทกรีน ไดมอนด์ ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
25	11-06290	OUTBOUND	บริษัทเล็ก ทราเวล แอนด์ เอ็กเซนจ์ จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
26	11-06403	OUTBOUND	ซี แซดทัวร์
27	11-06447	OUTBOUND	คารี บูไทย
28	11-06539	OUTBOUND	บริษัท ฟิงฟิง บุคกิง จำกัด
29	11-06586	OUTBOUND	สัญญา เอสทัวร์
30	11-06611	OUTBOUND	บริษัทแกรนด์ ออกคิด ทราเวล จำกัด
31	11-06656	OUTBOUND	บริษัทรอยัล ซี ศรีเจริญ จำกัด
32	11-06682	OUTBOUND	โตลิกทัวร์ส์
33	11-06682	OUTBOUND	เดลฟินทัวร์
34	11-06735	OUTBOUND	บริษัทเอเชีย น มารีน เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด
35	11-06795	OUTBOUND	เค แอนด์เอ็ม เอ็ดดูเคชั่น เซ็นเตอร์
36	11-06840	OUTBOUND	บริษัทอุดมเดชเซอร์วิส จำกัด
37	11-06849	OUTBOUND	เมดิคัลย์ทัวริซึม ไทยแลนด์
38	11-06849	OUTBOUND	เก็ท เซ็ทโก ทราเวล
39	11-06875	OUTBOUND	พรอดฮันอินเตอร์เนชั่นแนล ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
40	11-06919	OUTBOUND	เอ.บี.อี (ไทยแลนด์)
41	11-06931	OUTBOUND	บริษัทเอเชียน่า กรุป (2012) จำกัด
42	11-06931	OUTBOUND	ซี เคทัวร์
43	11-06947	OUTBOUND	บริษัทเรลา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
44	11-06967	OUTBOUND	บริษัทมิชชั่น ทัวร์ จำกัด
43	11-06992	OUTBOUND	บริษัทอังกอร์ เอเชีย น ฮอลิเดย์ จำกัด
46	11-06994	OUTBOUND	แม็กเซอร์ฮอลล์ ทัวร์
47	11-07002	OUTBOUND	บริษัทซีดี โซท์ซีอิง จำกัด
48	11-07004	OUTBOUND	บริษัทเคแอนด์เอ เฟรน จำกัด
49	11-07074	OUTBOUND	เอเชียสเปเชียลลิสเซ็น
50	11-07093	OUTBOUND	บริษัทสบาย ฮอลิเดย์ เอเชีย จำกัด
51	11-07194	OUTBOUND	บีแสบีทัวร์
52	11-07208	OUTBOUND	บริษัทเวิร์ลด์ทัวร์ ทราเวล จำกัด
53	12-00124	ในประเทศ	มูทิตาทัวร์
54	12-00159	ในประเทศ	พิมพาทัวร์
55	12-00218	ในประเทศ	บริษัทเอ็น เอ็น เอส ทราเวล แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
56	12-00247	ในประเทศ	บริษัทเสม็ดไอซ์แลนด์ทัวร์ จำกัด
57	12-00353	ในประเทศ	บริษัทแชมเปียน ทัวร์แอนด์ทราเวล จำกัด
58	12-00514	ในประเทศ	สวนนงนุชพัทยา
59	12-00521	ในประเทศ	เกาะช้างทราเวล
60	12-00514	ในประเทศ	วนกรอโคทัวร์
61	12-00555	ในประเทศ	อาติมาทราเวล เซอร์วิส
62	12-00593	ในประเทศ	ไทยลีเกิ้ล ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
63	12-00607	ในประเทศ	อเมซิ่งแทรฟเวล เซอร์วิส
64	12-00660	ในประเทศ	ซี.อาร์.ทัวร์แอนด์ แทรเวล
65	12-00744	ในประเทศ	แจ๊คกี้ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
66	12-00783	ในประเทศ	อินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์วิส
67	12-00783	ในประเทศ	ไทย-ด้อยซ์ทัวร์
68	12-00814	ในประเทศ	บริษัทฟินแลนด์ ทัวร์ จำกัด
69	12-00927	ในประเทศ	สุปราณีทัวร์ / ทราเวล
70	12-00931	ในประเทศ	สามารถทัวร์
71	12-01047	ในประเทศ	เอ็มเอ็มฮอไลเดย์
72	12-01065	ในประเทศ	บริษัทพี.เอ.พี.พี.เอ. จำกัด
73	12-01118	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเจอร์นี่ แอนด์ เน็ต เอเจนซี
74	12-01242	ในประเทศ	อัศวินทัวร์ แอนด์ ทราเวล
75	12-01244	ในประเทศ	ตา ยายทัวร์
76	12-01260	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเอส.เอส. 2007 ทัวร์
77	12-01281	ในประเทศ	เอ็ม อาร์ทัวร์ แอนด์ ทิคเก็ต
78	12-01364	ในประเทศ	พทยาฮอไลเดย์ ทัวร์
79	12-01364	ในประเทศ	บริษัททัวร์ ฟอร์ ยู จำกัด
80	12-01369	ในประเทศ	สยามกราฟิควี 2008 ทัวร์
81	12-01377	ในประเทศ	โซล่าทัวร์
82	12-01406	ในประเทศ	ซี สตาร์ทราเวล
83	12-01412	ในประเทศ	เอาท์แบ็คกอล์ฟ บาร์
84	12-01429	ในประเทศ	จัสมินทัวร์-ทรานสปอร์ต แอนด์ มาสซาช
85	12-01445	ในประเทศ	บริษัท ชันแซนด์ บีช จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
86	12-01453	ในประเทศ	โอเรียนคันทรี ทราเวล
87	12-01453	ในประเทศ	บริษัทป๊อปปสตาร์ทัวร์ จำกัด
88	12-01470	ในประเทศ	บริษัทยู.เอส.แอร์ บุกกิ้ง จำกัด
89	12-01533	ในประเทศ	บริษัทภูเก็ต ไทย ทัวร์ จำกัด
90	12-01533	ในประเทศ	เค.แอลทัวร์ แอนด์ ทราเวล
91	12-01573	ในประเทศ	มายนิวนี
92	12-01533	ในประเทศ	โคโคสทราเวล
93	12-01618	ในประเทศ	ไม้เมืองทัวร์
94	12-01618	ในประเทศ	วิปไรเซอร์
93	12-01651	ในประเทศ	บริษัท ดี.เอ.พี.จี. ทราเวล แอนด์ เซอร์วิสเชส (พทยา) จำกัด
96	12-01618	ในประเทศ	บริษัททอมาซอน-ทราเวล จำกัด
97	12-01683	ในประเทศ	บริษัทแพร์ เทรดิง เนทเวิร์ค จำกัด
98	12-01686	ในประเทศ	วาย.เจ.ฮอลิเดย์ส อีทีซี
99	12-01705	ในประเทศ	บริษัทรุ่งเรืองบีชทัวร์ จำกัด
100	12-01718	ในประเทศ	มิสเตอร์แจ๊คทัวร์แอนด์ ทราเวล
101	12-01754	ในประเทศ	สันติทัวร์ แอนด์ เทรเวล
102	12-01776	ในประเทศ	รอนอินเทอร์เน็ทคาเฟ่ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
103	12-01776	ในประเทศ	บริษัท เจพี สปอร์ต ทราเวล (พทยา) จำกัด
104	12-01819	ในประเทศ	บริษัทริสเซียน สยาม จำกัด
105	12-01821	ในประเทศ	คาโคสทราเวล แอนด์ คาวาทิป
104	12-01848	ในประเทศ	บริษัทไดอาน่าอินน์พทยา จำกัด
107	12-01852	ในประเทศ	บริษัทอะน่านัส ทัวร์ จำกัด
108	12-01853	ในประเทศ	ซุสกะทราเวล เอเจนซี
109	12-01860	ในประเทศ	อ่าทัวร์
110	12-01860	ในประเทศ	ตึก ตึกทัวร์
111	12-01860	ในประเทศ	สไมล์ฮอลิเดย์ ทัวร์
112	12-01881	ในประเทศ	บริษัทอาราบุส ทัวร์ จำกัด
113	12-01890	ในประเทศ	บริษัทพทยา ลองสเตย์ ซัพพอร์ต จำกัด
114	12-01890	ในประเทศ	จ่ายก่าทัวร์
113	12-01890	ในประเทศ	ริก้าทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
116	12-01898	ในประเทศ	อเล็กซ์ทัวร์
117	12-01901	ในประเทศ	อาร์.เอ็ม.ทัวร์
118	12-01901	ในประเทศ	แมคโนเลียทัวร์ พัทยา
119	12-01933	ในประเทศ	เซ็นเตอร์วัน ทราเวล
120	12-01968	ในประเทศ	บริษัทพีวีเอส ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด
121	12-01983	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดทริปปเปิล สมาย ทราเวล
122	12-01984	ในประเทศ	ทาคาโทบี
122	12-01984	ในประเทศ	สมเกียรติทัวร์ แอน ทรานสปอร์ต
124	12-01984	ในประเทศ	บริษัทอันซีน ฮอติเดย์ จำกัด
125	12-01984	ในประเทศ	บริษัทคลิกโลก์ ไอส์แลนด์ จำกัด
126	12-01996	ในประเทศ	บริษัทอัฟริส จำกัด
127	12-02007	ในประเทศ	มิสซิสพีทราเวล
128	12-02017	ในประเทศ	พรณีทราเวล
128	12-02023	ในประเทศ	พรทัวร์
130	12-02026	ในประเทศ	บริษัทล่อเพียว ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด
131	12-02038	ในประเทศ	บริษัทเพาเวอร์ ออน ฮอติเดย์ จำกัด
132	12-02047	ในประเทศ	เมเจอร์ทราเวล เอเจนซี
133	13-00045	เฉพาะพื้นที่	เอเจนซีเอ็กเซอเลนส์
134	13-00049	เฉพาะพื้นที่	โอเวอร์ซีแอนด์ ทราเวล เซอร์วิส
135	13-00056	เฉพาะพื้นที่	ธนภรณ์ทราเวล
136	13-00057	เฉพาะพื้นที่	ฮันนีทราเวล
137	13-00064	เฉพาะพื้นที่	เซอร์ทัวร์
138	13-00057	เฉพาะพื้นที่	เกิดดีทราเวล
139	13-00072	เฉพาะพื้นที่	จอย ทราเวลเซอร์วิส
140	13-00045	เฉพาะพื้นที่	ปักทรานสปอร์ตแอนด์ ทราเวล
141	13-00098	เฉพาะพื้นที่	โนวา ทัวร์เซอร์วิส
142	13-00122	เฉพาะพื้นที่	แอล.อาร์.ทราเวลเซอร์วิส
143	13-00150	เฉพาะพื้นที่	ดาร์ลิ่งทัวร์
144	13-00157	เฉพาะพื้นที่	เทพสุรีย์ทราเวล
145	13-00182	เฉพาะพื้นที่	ดีททราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
146	13-00207	เฉพาะพื้นที่	โจนนี่มิลเลนเนียม ทราเวล
147	13-00228	เฉพาะพื้นที่	เจ บลูทราเวล
148	13-00228	เฉพาะพื้นที่	เจ บลูทราเวล
149	13-00245	เฉพาะพื้นที่	วันเดอร์ทัวร์ แอนด์ เทรเวล
150	13-00250	เฉพาะพื้นที่	ที.ยูทราเวล เซอร์วิส
151	13-00250	เฉพาะพื้นที่	เฟรนด์แทรเวล ซ็อบ
152	13-00286	เฉพาะพื้นที่	ทิวลิปทราเวล
153	13-00291	เฉพาะพื้นที่	สนธิเซอร์วิส
154	13-00291	เฉพาะพื้นที่	เอ็กซ์พลอริงไทยแลนด์
155	13-00299	เฉพาะพื้นที่	เมย์ทราเวล
156	13-00305	เฉพาะพื้นที่	เกศณีทัวร์
157	13-00319	เฉพาะพื้นที่	ซาโลมทราเวล
158	13-00305	เฉพาะพื้นที่	ไหม่ทราเวล
159	13-00390	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดได้ เอ็นเตอร์ไพรซ์
160	13-00402	เฉพาะพื้นที่	เล็กทราเวล
161	13-00423	เฉพาะพื้นที่	บริษัท บลูซี ไตวิง จำกัด
162	13-00430	เฉพาะพื้นที่	เค ไอ ดีทัวร์
163	13-00432	เฉพาะพื้นที่	โจซัวร์ทราเวล
164	13-00433	เฉพาะพื้นที่	พี.บี.แอล.ทราเวลเซอร์วิส
165	13-00485	เฉพาะพื้นที่	ณรงค์ละดาดก ออฟฟิต
166	13-00486	เฉพาะพื้นที่	นิวกู้ดวิน ทัวร์
167	13-00523	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโมทีฟ ทราเวล จำกัด
168	13-00544	เฉพาะพื้นที่	อล เวย์ทราเวล เซอร์วิส
169	13-00544	เฉพาะพื้นที่	บี.วี.กอล์ฟ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
170	13-00555	เฉพาะพื้นที่	เอพีจีทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
171	13-00574	เฉพาะพื้นที่	พลทราเวล
172	13-00612	เฉพาะพื้นที่	หนึ่ง ร้อยเก้า ทัวร์
173	13-00628	เฉพาะพื้นที่	เอ เอทราเวล
174	13-00629	เฉพาะพื้นที่	บอสส์แอนด์ บาสส์ ทราเวล
175	13-00632	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ไทยเซ็นเตอร์ ทัวร์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
176	13-00633	เฉพาะพื้นที่	พีเอนพีทัวร์ แอนด์ แทรเวล
177	13-00651	เฉพาะพื้นที่	ฟอร์ทูนาทัวร์ (2006)
178	13-00668	เฉพาะพื้นที่	พัทยาพารากอน ทราเวล ทัวร์
179	13-00670	เฉพาะพื้นที่	ไอแซกทราเวล
180	13-00681	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอิสทีดี ทราเวล จำกัด
181	13-00685	เฉพาะพื้นที่	พีคทราเวล
181	13-00685	เฉพาะพื้นที่	สบายทัวร์
183	13-00701	เฉพาะพื้นที่	ยา เทรเวลแอนด์ อินเตอร์เน็ต
184	13-00703	เฉพาะพื้นที่	ซีบริการท่องเที่ยว
185	13-00726	เฉพาะพื้นที่	ที.เค.บีทราเวล
186	13-00740	เฉพาะพื้นที่	บริษัทมณีรัตน์ ทรานสปอร์ต แอนด์ ทราเวล จำกัด
187	13-00745	เฉพาะพื้นที่	ทราเวลแอนด์ ปียอน
188	13-00748	เฉพาะพื้นที่	เอ็ม เอ็นทราเวล
189	13-00753	เฉพาะพื้นที่	บริษัททราเวล พลัส พัทยา จำกัด
190	13-00754	เฉพาะพื้นที่	ทูเกสเซอร์ทราเวล
191	13-00777	เฉพาะพื้นที่	ชีวิทัวร์แอนด์เซอร์วิสซิส
192	13-00792	เฉพาะพื้นที่	แอล พีทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต
193	13-00793	เฉพาะพื้นที่	รวยสุขทราเวล
194	13-00797	เฉพาะพื้นที่	ตา-ยายทราเวล
195	13-00810	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดมิราเคิล ทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
196	13-00810	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเอ็นจอย กรุป จำกัด
197	13-00810	เฉพาะพื้นที่	ไกด์ ออฟสยาม
198	13-00821	เฉพาะพื้นที่	รักคุณทัวร์
199	13-00821	เฉพาะพื้นที่	วิทยาทัวร์
200	13-00834	เฉพาะพื้นที่	รุ่งวรรณกรุป.
201	13-00840	เฉพาะพื้นที่	ยูริก้าทราเวล เอเจนซี
202	13-00848	เฉพาะพื้นที่	ลีทัวร์
203	13-00834	เฉพาะพื้นที่	โทนี่โกลเบล ทราเวล
204	13-00840	เฉพาะพื้นที่	โชคดีทัวร์
205	13-00810	เฉพาะพื้นที่	เอ.เคเคเคทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
206	13-00900	เฉพาะพื้นที่	มาฟฟ้าฮอลิเดย์ (พีวีเอส)
207	13-00997	เฉพาะพื้นที่	บริษัทไคฟ์ ไรท์ จำกัด
208	13-01001	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ดีไอซ์ แลนด์ แพลตินั่ม ทราเวล จำกัด
209	13-01022	เฉพาะพื้นที่	เบส ทัวร์แอนด์ ทรานสปอร์ต
210	13-01028	เฉพาะพื้นที่	มาคูทราเวล
211	13-01022	เฉพาะพื้นที่	พี แอนด์อาร์ ทราเวลเซอร์วิส
212	13-01034	เฉพาะพื้นที่	ทานตะวันเทรเวล
213	13-01043	เฉพาะพื้นที่	คาวา ทิพแอนด์ ทราเวล
214	13-01044	เฉพาะพื้นที่	บริษัทนอร์ทเรินท์ นิว เทริทอรี จำกัด
215	13-01044	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโลคโฮม จำกัด
216	13-01044	เฉพาะพื้นที่	เอส เอสทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
217	13-01048	เฉพาะพื้นที่	อีซีทราเวล
218	13-01048	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเฮฮา ทราเวล จำกัด
219	13-01050	เฉพาะพื้นที่	สตาร์ทราเวล แอนด์ เนต
220	13-01050	เฉพาะพื้นที่	ไทย-รัสเซียคลับ
221	13-01063	เฉพาะพื้นที่	ซังทัวร์
222	13-01065	เฉพาะพื้นที่	สรัญญาทราเวล
223	13-01086	เฉพาะพื้นที่	คามิทราเวล แอนด์ เทรคดิ้ง
224	13-01089	เฉพาะพื้นที่	สุวรรณกอล์ฟ และการท่องเที่ยว
225	13-01097	เฉพาะพื้นที่	เกรซ ทัวร์
226	13-01048	เฉพาะพื้นที่	ทราเวลไอดีส์
227	13-01104	เฉพาะพื้นที่	พี ที เอ็มทราเวล
228	13-01125	เฉพาะพื้นที่	คุณปุกกี้ ซ็อพ แอนด์ ทราเวล
229	13-01126	เฉพาะพื้นที่	ซิสเนทแอนด์ ทราเวล
230	13-01127	เฉพาะพื้นที่	สุมลบริการท่องเที่ยว
231	13-01128	เฉพาะพื้นที่	พิทยาแสบปี เทรเวล
232	13-01126	เฉพาะพื้นที่	33 ทัวร์แอนด์ ทราเวล
233	13-01145	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดออร์คิด ฮอลิเดย์ ทราเวล เซอร์วิส
234	13-01145	เฉพาะพื้นที่	ชูการ์ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต
235	13-01165	เฉพาะพื้นที่	บริษัทลาภาน่า ทัวร์ แอนด์ รีสอร์ท จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
236	13-01170	เฉพาะพื้นที่	โกลบอลทราเวล
237	13-01174	เฉพาะพื้นที่	อังกาทราเวล
238	13-01191	เฉพาะพื้นที่	กูดทริปปแอนด์ ออการ์ไนส์
239	13-01193	เฉพาะพื้นที่	โพสด์แทรเวล เซอร์วิส
240	13-01206	เฉพาะพื้นที่	พัทยาแลนด์แทรเวล เซอร์วิส
241	13-01211	เฉพาะพื้นที่	บริษัท เหมทราเวล จำกัด
242	13-01219	เฉพาะพื้นที่	เดอะโกลเด้น เฟอร์เรต กอล์ฟ โซไซตี้
243	13-01223	เฉพาะพื้นที่	ราดูก้าทัวร์
244	13-01223	เฉพาะพื้นที่	เพริสดีคลาส กอล์ฟ ทราเวล เอเจนซี
245	13-01228	เฉพาะพื้นที่	ยูยู ริชทราเวล
246	13-01231	เฉพาะพื้นที่	ไทยสไมล์การท่องเที่ยว
247	13-01233	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ดีดี สยาม คาร์ เรนทอล เซอร์วิส จำกัด
248	13-01234	เฉพาะพื้นที่	ไทคูนทราเวล
249	13-01239	เฉพาะพื้นที่	แพททราเวล
250	13-01200	เฉพาะพื้นที่	บริษัทออโรรา แทรฟเวล จำกัด
251	13-01247	เฉพาะพื้นที่	เอ็น อาร์ทราเวล
252	13-01261	เฉพาะพื้นที่	เจ.เค.ทราเวล พัทยา
253	13-01265	เฉพาะพื้นที่	บริษัทตรีม 4 ยู จำกัด
254	13-01272	เฉพาะพื้นที่	บารมี-พาร์ทเนอร์ทราเวล
255	13-01233	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเอ็กซ์ครูซีฟ เรสเด้นท์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
256	13-01284	เฉพาะพื้นที่	พี แอนด์ที ทราเวล
257	13-01284	เฉพาะพื้นที่	ชฎาทราเวล
258	13-01287	เฉพาะพื้นที่	นครพัทยาสอบริการ
259	13-01301	เฉพาะพื้นที่	วินด์ทราเวล พัทยา
260	13-01301	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ราชเรสเตอร์รอนท์ จำกัด
261	13-01309	เฉพาะพื้นที่	ทรานซ์เมล์ แทรเวล
262	13-01323	เฉพาะพื้นที่	แฮร์รี่ฟู้ดเตอร์ ทราเวล
263	13-01326	เฉพาะพื้นที่	พัทยาทัวร์-แท็กซี
264	13-01327	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดนาซา รัสเซีย ทัวร์
265	13-01330	เฉพาะพื้นที่	ทรานส์เอเชียทราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
266	13-01333	เฉพาะพื้นที่	พี.เคทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
267	13-01340	เฉพาะพื้นที่	เจซีซีทราเวล เซอร์วิส
268	13-01341	เฉพาะพื้นที่	แคปปิตอลดับบลิว.พี.เอส.
269	13-01341	เฉพาะพื้นที่	รัตนะทัวร์ แอนด์ ทราเวล
270	13-01346	เฉพาะพื้นที่	เพอร์เฟกซ์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
271	13-01346	เฉพาะพื้นที่	สกายทัวร์
272	13-01356	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอแวนทิกา ทราเวล แอนด์ ทัวร์ จำกัด
273	13-01356	เฉพาะพื้นที่	คาตูชาทัวร์
274	13-01361	เฉพาะพื้นที่	ซี ยูเฟิร์ส ทราเวล
273	13-01362	เฉพาะพื้นที่	ฮอลทัวร์เซอร์วิส
276	13-01371	เฉพาะพื้นที่	กาแลคซีทราเวล
277	13-01376	เฉพาะพื้นที่	เอ็น.เอ็น.ทู แทรเวล
278	13-01377	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโดลเซ วิต้า ไซลิ่ง จำกัด
279	13-01394	เฉพาะพื้นที่	รัฐอิสระทัวร์
280	13-01396	เฉพาะพื้นที่	อิงค์ฮอไลเดย์ ทัวร์
281	13-01398	เฉพาะพื้นที่	พัทยาทราเวลเลอร์
282	13-01401	เฉพาะพื้นที่	ปรีชาทัวร์
283	13-01401	เฉพาะพื้นที่	เก้าสิบเก้าเซอร์วิสดีสคานท์
284	13-01401	เฉพาะพื้นที่	เดอะ สคอร์ทพัทยา ทราเวล
285	13-01411	เฉพาะพื้นที่	ฟิลล์กูดทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
286	13-01416	เฉพาะพื้นที่	อีลิทส์ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต
287	13-01419	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอัลติมา ฮอไลเดย์ จำกัด
288	13-01424	เฉพาะพื้นที่	ฟิน ฟันเทรเวล เซอร์วิส
289	13-01425	เฉพาะพื้นที่	พัทยา เนวิทัวร์
290	13-01440	เฉพาะพื้นที่	อินเดียนพาลาเชท ทราเวล แอนด์ ทัวร์
291	13-01401	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโอมาน บิสซิเนส ทราเวล แอนด์ ทูริซึม เซ็นทรัล จำกัด
292	13-01442	เฉพาะพื้นที่	เจ็บบทราเวล แอนด์ แท็กซี่ เซอร์วิส
293	13-01449	เฉพาะพื้นที่	ไทยไววาย
294	13-01452	เฉพาะพื้นที่	เมขลาทัวร์ แอนด์ ทราเวล
295	13-01457	เฉพาะพื้นที่	ไท ทราเวลเซอร์วิส

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
296	13-01460	เฉพาะพื้นที่	บัวขาวทัวร์ แอนด์ ทราเวล
297	13-01460	เฉพาะพื้นที่	ทูเกตเดอ
298	13-01460	เฉพาะพื้นที่	พาสบายทัวร์ ทราเวล
299	13-01471	เฉพาะพื้นที่	บริษัทสตูเรย์ พัทยา กอล์ฟ ทัวร์ 2010 จำกัด
300	13-01471	เฉพาะพื้นที่	แฮปปี้เจอร์นีย์
301	13-01479	เฉพาะพื้นที่	บริษัทดีเอ็นที เทรเวล (ไทยแลนด์) จำกัด
302	13-01494	เฉพาะพื้นที่	บริษัท จี - เฮาส์ ทัวร์ จำกัด
302	13-01494	เฉพาะพื้นที่	บริษัทดับเบิลเอ็ม ทัวร์ จำกัด
304	13-01500	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเอ็ม.ดี.พัทยา จำกัด
305	13-01505	เฉพาะพื้นที่	บริษัทพัทยา คาร์ เรนท เซ็นเตอร์ จำกัด
306	13-01511	เฉพาะพื้นที่	บริษัทแฮปปี้ ซาฟาร์ จำกัด
307	13-01511	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเอเชีย สยาม ฮอลิเดย์ จำกัด
308	13-01518	เฉพาะพื้นที่	สเคลาร์ทัวร์
309	13-01520	เฉพาะพื้นที่	โอเคกูดริทซ์ ทัวร์
310	13-01523	เฉพาะพื้นที่	ปริมาโมด
311	13-01536	เฉพาะพื้นที่	พี เท็นทราเวล
312	13-01541	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเกาะล้านทราเวล จำกัด
313	13-01541	เฉพาะพื้นที่	ทูเดย์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
314	13-01566	เฉพาะพื้นที่	โนวาแพชั่น เทรด แอนด์ ทราเวล
315	13-01575	เฉพาะพื้นที่	บริษัทวอเตอร์ สเปซ จำกัด
316	13-01576	เฉพาะพื้นที่	บริษัท รีลไทมอนด์ จำกัด
317	13-01575	เฉพาะพื้นที่	เดอะวิชชิงเวลล์ ทราเวล
318	13-01578	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดพัทยา แกรด (ไทยแลนด์)
319	13-01580	เฉพาะพื้นที่	สบาย สมายทราเวล
320	13-01580	เฉพาะพื้นที่	ก๊ิด ดีลทราเวล
321	13-01587	เฉพาะพื้นที่	บริษัทวินโดว์ ทู พาราไดส์ จำกัด
322	13-01588	เฉพาะพื้นที่	เคนได้ทราเวล
323	13-01580	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ฮาอ็อคโปบา จำกัด
324	13-01591	เฉพาะพื้นที่	รัตนาทัวร์
325	13-01592	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอเลเวซ่า จำกัด

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
326	13-01596	เฉพาะพื้นที่	แอปปีทริป ไทยแลนด์
327	13-01599	เฉพาะพื้นที่	พร้อมสินธ์ทัวร์
328	13-01600	เฉพาะพื้นที่	บล่อนนี่แอร์ทราเวล
329	13-01600	เฉพาะพื้นที่	สมาร์ททราเวล
330	13-01603	เฉพาะพื้นที่	บริษัทออร่าเม็กซ์ ทราเวล แอนด์ เทรด จำกัด
331	13-01605	เฉพาะพื้นที่	ทอมมี่ทัวร์
332	13-01607	เฉพาะพื้นที่	ซิติ้ทราเวล
333	13-01612	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเวิลด์ ออฟ ช้าง จำกัด
334	13-01612	เฉพาะพื้นที่	ตายายทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต
335	13-01615	เฉพาะพื้นที่	พทยาโกลด์ ทราเวล อเจนซี่
336	13-01616	เฉพาะพื้นที่	ทอป ดริมทัวร์
337	13-01615	เฉพาะพื้นที่	อุริบกำทัวร์
338	13-01620	เฉพาะพื้นที่	อนันดา 2001 ทัวร์
339	13-01621	เฉพาะพื้นที่	เอ วันทาว์เวล
340	13-01620	เฉพาะพื้นที่	นฤมลแตรเวล
341	13-01623	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอินเลย์น่า จำกัด
342	13-01620	เฉพาะพื้นที่	ฟูลเซอร์เคิล ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
343	13-01627	เฉพาะพื้นที่	พทยาพริสไต้ลท์ทราเวลดอทคอม
344	13-01620	เฉพาะพื้นที่	วิช อาร์แอนด์ เฟนด่ ทราเวล
343	13-01627	เฉพาะพื้นที่	บริษัทก้าก้าดู ทราเวล จำกัด
346	13-01621	เฉพาะพื้นที่	ดีเอชทัวร์ แอนด์ ทราเวล
347	13-01635	เฉพาะพื้นที่	ปลาตินัมทัวร์ แอนด์ ทราเวล
348	13-01635	เฉพาะพื้นที่	ยอดเพชรทัวร์
349	13-01635	เฉพาะพื้นที่	เอส เอสทราเวล
350	13-01642	เฉพาะพื้นที่	มาร์กซิมทราเวล
351	13-01644	เฉพาะพื้นที่	อันณูมณีออน ทัวร์
352	13-01650	เฉพาะพื้นที่	บริษัทพทยา แพลนเน็ต ทัวร์ จำกัด
353	13-01653	เฉพาะพื้นที่	โอเล่ทัวร์
354	13-01656	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเตก้า จำกัด
355	13-01657	เฉพาะพื้นที่	คาลินก้าทัวร์

378.199

ภ 674 ๔

ฉ. 2

359507

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
356	13-01663	เฉพาะพื้นที่	สาริกบุตรทราเวล
357	13-01665	เฉพาะพื้นที่	นิก้าทราเวล
358	13-01668	เฉพาะพื้นที่	ลิม โปโปทัวร์
359	13-01673	เฉพาะพื้นที่	แอมมิฮอสพิเทลลิตี้
360	13-01677	เฉพาะพื้นที่	จ้าวนายทัวร์
361	13-01680	เฉพาะพื้นที่	เล็กซีฟู้ด ทัวร์
362	13-01681	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเวิลด์ เจอร์นี จำกัด
363	13-01682	เฉพาะพื้นที่	เวเคชั่นแอท สยาม
364	13-01682	เฉพาะพื้นที่	พี.ที.เอ.ทัวร์
365	13-01686	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโอเชียน ทริป จำกัด
366	13-01687	เฉพาะพื้นที่	มีเดียทราเวล เซอร์วิส
367	13-01688	เฉพาะพื้นที่	บริษัทแอลดีเอ็ม จำกัด
368	13-01689	เฉพาะพื้นที่	สกอบีโอนทัวร์
369	13-01693	เฉพาะพื้นที่	เอ.เค.ทราเวล
370	13-01699	เฉพาะพื้นที่	บริษัทคาศัก-ไทย ทัวร์ จำกัด
371	13-01696	เฉพาะพื้นที่	สบายฮอติเดย์
372	13-01697	เฉพาะพื้นที่	พรีเวียดทัวร์
373	13-01702	เฉพาะพื้นที่	ลาภูน่าปีช ทัวร์
374	13-01706	เฉพาะพื้นที่	บี.เอ.ทราเวล แอนด์ ทัวร์
375	13-01702	เฉพาะพื้นที่	ฟีนิกทัวร์
376	13-01706	เฉพาะพื้นที่	บริษัทชินจัน ทัวร์ จำกัด
377	13-01709	เฉพาะพื้นที่	เทคแคร์ทัวร์ แอนด์ แท็กซี่
378	13-01710	เฉพาะพื้นที่	ลิสส์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
379	13-01712	เฉพาะพื้นที่	ทีเอชชทัวร์
380	13-01713	เฉพาะพื้นที่	บริษัทซีดีคชั่น วอเตอร์ สปอร์ต จำกัด
381	13-01713	เฉพาะพื้นที่	บริษัทจิมมี่ อิมแพกซ์ พีวีที จำกัด
382	13-01718	เฉพาะพื้นที่	จี.วี.อา.ทัวร์แอนด์ ทราเวล
383	13-01720	เฉพาะพื้นที่	เมโทรทราเวล
384	13-01722	เฉพาะพื้นที่	สไมล์-ลิกทราเวล
385	13-01725	เฉพาะพื้นที่	คาราซัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
386	13-01728	เฉพาะพื้นที่	บริษัทไอ-ใหญ่ จำกัด
387	13-01730	เฉพาะพื้นที่	ทีน่าทัวร์
388	13-01730	เฉพาะพื้นที่	ซูดาทัวร์
389	13-01734	เฉพาะพื้นที่	ที.ไอ.ซี.ทราเวล
390	13-01734	เฉพาะพื้นที่	อินสไปร์เลเซอร์
391	13-01738	เฉพาะพื้นที่	อัสตานทัวร์ แอนด์ ทราเวล
392	13-01742	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเจ.อี ไอแอล จำกัด
393	13-01747	เฉพาะพื้นที่	บริษัทแอลเอ็มเอสซีซี เอส - พลัส จำกัด
394	13-01747	เฉพาะพื้นที่	อินเดียนทซ์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
395	13-01750	เฉพาะพื้นที่	แมคเวลล์อินฟอร์เมชั่น เซ็นเตอร์ ทัวร์ แอนด์ วิซ่า แอนด์ แอร์ ทิกเก็ต
396	13-01751	เฉพาะพื้นที่	บริษัทบางแสน เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด
397	13-01751	เฉพาะพื้นที่	ดี เอ็น เคทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
398	13-01761	เฉพาะพื้นที่	บริษัทมินตรา แมเนจเม้นท์ จำกัด
399	13-01764	เฉพาะพื้นที่	ดาทราเวล
400	13-01765	เฉพาะพื้นที่	โอเคทัวร์
401	13-01769	เฉพาะพื้นที่	อาเซียนดรากร้อน ทัวร์
402	13-01750	เฉพาะพื้นที่	บริษัทวายเจ ทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัด
403	13-01772	เฉพาะพื้นที่	แคชทราเวล เอเยนซี
404	13-01776	เฉพาะพื้นที่	กาตาลานทัวร์ แอนด์ ทรานซ์
405	13-01780	เฉพาะพื้นที่	บาลีบาลี ทราเวล
406	13-01781	เฉพาะพื้นที่	บริษัทบลูแคทกรุป จำกัด
407	13-01781	เฉพาะพื้นที่	บริษัทไอซ์แลนด์ ทราเวล จำกัด
408	13-01791	เฉพาะพื้นที่	โกลดาทัวร์
409	13-01792	เฉพาะพื้นที่	สบาย แอดพัททยา ทราเวล
410	13-01791	เฉพาะพื้นที่	บีก น้อยทราเวล
411	13-01790	เฉพาะพื้นที่	ชัน ทัวร์แอน ทราเวล
412	13-01802	เฉพาะพื้นที่	เอส อาร์ทราเวล
413	13-01803	เฉพาะพื้นที่	ตา-ยาย สมทราเวล
414	13-01820	เฉพาะพื้นที่	ป๊อปแตรเวล
415	13-01821	เฉพาะพื้นที่	ป่าว กู๊ดไพรส์ ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
416	13-01824	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเฟรช เอเชีย บิสซิเนส จำกัด
417	13-01826	เฉพาะพื้นที่	วอนนา โกทัวร์ แอนด์ ทราเวล
418	13-01828	เฉพาะพื้นที่	บริษัทไทยสวย จำกัด
419	13-01830	เฉพาะพื้นที่	สปาร์เกิลโซลูชันส์
420	13-01834	เฉพาะพื้นที่	บริษัท คิวเอเจนซี่ จำกัด
421	13-01835	เฉพาะพื้นที่	โบนัสแตรเวล แอนด์ พร็อพเพอร์ตี้
422	13-01837	เฉพาะพื้นที่	ที เคทัวร์
423	13-01841	เฉพาะพื้นที่	แบล ฟาันทัวร์ ทราเวล
424	13-01842	เฉพาะพื้นที่	บริษัทคัมโบเดีย อินเตอร์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด
425	13-01851	เฉพาะพื้นที่	ป๊อปปุกัยทัวร์
426	13-01851	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเบสท์ ทัวร์ พัทยา จำกัด
427	13-01855	เฉพาะพื้นที่	บริษัทพัทยา ซาฟารี จำกัด
428	13-01857	เฉพาะพื้นที่	บริษัทวันซู เรย์มอนด์ แพชั่น จำกัด
429	13-01838	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ไทยเอ็น จำกัด
430	13-01861	เฉพาะพื้นที่	โซติเนลทัวร์
431	13-01864	เฉพาะพื้นที่	บริษัทบ็อกตัน ทราเวล จำกัด
432	13-01868	เฉพาะพื้นที่	บี บีทราเวล
433	13-01868	เฉพาะพื้นที่	บริษัทบี.บี ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
434	13-01871	เฉพาะพื้นที่	บริษัทแม็กซ์เวลล์ เวิร์ล ทัวร์ จำกัด
435	13-01874	เฉพาะพื้นที่	บริษัทซียาโกไทย ทัวร์แอนด์ทราเวล จำกัด
436	13-01877	เฉพาะพื้นที่	อฟิลซินทัวร์
437	13-01878	เฉพาะพื้นที่	นิมวิญญาทราเวล
438	13-01879	เฉพาะพื้นที่	สวีทแตรเวล
439	13-01861	เฉพาะพื้นที่	โรเบิร์ตไดร์ฟ พลัส
440	13-01882	เฉพาะพื้นที่	บริษัทบีเอที ฮอติเคย์ จำกัด
441	13-01882	เฉพาะพื้นที่	บริษัทสกาย แอดเวนเจอร์ จำกัด
442	13-01886	เฉพาะพื้นที่	อะลาตินทัวร์
443	13-01889	เฉพาะพื้นที่	สุธิดาทราเวล
444	13-01890	เฉพาะพื้นที่	กฤษฎาก่ออุ่น ทัวร์
445	13-01893	เฉพาะพื้นที่	วาดเอ็นจอย ทราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
446	13-01894	เฉพาะพื้นที่	สุภัทรรุภาพทราเวล
447	13-01894	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอัครวอเตอร์ ทราเวล พลัส จำกัด
448	13-01894	เฉพาะพื้นที่	บริษัทฟาร์ เอาร์ท แอ็ดเวนเจอร์ จำกัด
449	13-01901	เฉพาะพื้นที่	บริษัทพัทยา ทูเดย์ นิวส์ จำกัด
450	13-01909	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเอ็กซ์ซิสเทนซ์ พัทยา จำกัด
451	13-01914	เฉพาะพื้นที่	แอลจีซีเอเจนซี่ แอนด์ เซอร์วิส
452	13-01914	เฉพาะพื้นที่	อะมีระฮ์ทราเวล
453	14-00036	INBOUND	ห้างหุ้นส่วนจำกัดที.ที.เอ็กซ์เซ็นท์
454	14-00038	INBOUND	บริษัทโคลนเน่ ไรซ์ จำกัด
455	14-00038	INBOUND	บริษัทอินโด แบงคอก จำกัด
456	14-00069	INBOUND	บริษัทซีตริม ไทวี่ง คลับ จำกัด
457	14-00093	INBOUND	เอ.อินเตอร์ เอนเตอร์ไพรส์
458	14-00124	INBOUND	เอมมันจา
459	14-00147	INBOUND	บริษัทอะลิเทีย ทัวร์ จำกัด
460	14-00169	INBOUND	บริษัทเนเมซี ทราเวล จำกัด
461	14-00202	INBOUND	จี.ไอทราเวล
462	14-00225	INBOUND	บริษัทไบเฟิร์น ทราเวล เซอร์วิส จำกัด
463	14-00285	INBOUND	บริษัทพัทยา กอล์ฟ จำกัด
464	14-00285	INBOUND	บริษัทสยาม อินเตอร์ ฮอติเดย์ จำกัด
465	14-00308	INBOUND	โมนาทัวร์
466	14-00310	INBOUND	บริษัทบาวนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล ทัวร์ จำกัด
463	14-00225	INBOUND	บริษัทภวมันตา จำกัด
468	14-00342	INBOUND	ห้างหุ้นส่วนจำกัดฟูเกิ้ล เซอร์วิส
469	14-00375	INBOUND	บริษัทจอมเทียน กอล์ฟ แอนด์ ทราเวล เซอร์วิส จำกัด
470	14-00404	INBOUND	บริษัทยอร์ อินโด-ไทย กรุ๊ป จำกัด
471	14-00475	INBOUND	บริษัทไวياج จำกัด
472	14-00518	INBOUND	ออลแพลนเน็ต
473	14-00525	INBOUND	บริษัทเอสเค-56 จำกัด
474	14-00584	INBOUND	บริษัทพาลอมา ทราเวล แอนด์ พร็อทเพอตี 2007 (ไทยแลนด์) จำกัด
475	14-00600	INBOUND	บริษัทสยาม ไฮพ เซอร์วิส จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
476	14-00605	INBOUND	บริษัทเมดิไลน์ เทรเวล จำกัด
477	14-00619	INBOUND	ซีเคเอสโซ่ เทรเวล
478	14-00647	INBOUND	บริษัทไนน์ทีน คัลเลอร์ส จำกัด
479	14-00654	INBOUND	ศรีทองตราเวล
480	14-00695	INBOUND	บริษัทไทเกอร์ไลน์ กอล์ฟ จำกัด
481	14-00695	INBOUND	บริษัทอีสโคสต์ตราเวล แอนด์ กอล์ฟทัวร์ จำกัด
481	14-00713	INBOUND	บี.เอส.ที.ตราเวล
483	14-00746	INBOUND	บริษัทเวสต์เด็ทซ์ ฮอลิเดย์ จำกัด
484	14-00746	INBOUND	เซอร์จินแซนด์ส เฮลท์ รีสอร์ท
485	14-00777	INBOUND	บริษัท ออลแพทยา จำกัด
486	14-00784	INBOUND	เจมส์ บีซี ทัวร์ส
487	14-00784	INBOUND	บริษัทแพททริค ตราเวล เซอร์วิส จำกัด
488	14-00790	INBOUND	บริษัทสยาม อุซ จำกัด
489	14-00812	INBOUND	พอลตราเวล
490	14-00816	INBOUND	บริษัทชายามา เทรเวล กรุ๊ป จำกัด
491	14-00820	INBOUND	บริษัทสวัสดี แพทยา ทัวร์ แอนด์ ตราเวล 2010 จำกัด
492	14-00835	INBOUND	บริษัท ทูแองเจิ้ลส์ จำกัด
493	14-00847	INBOUND	บริษัทไวท์ วินด์ จำกัด
494	14-00849	INBOUND	บริษัทวี-พอยท์ จำกัด
495	14-00851	INBOUND	บริษัทอิลเวส ทัวร์ จำกัด
496	14-00865	INBOUND	บริษัทอาเหม็ด ที.ที. จำกัด
497	14-00851	INBOUND	บริษัทซี-แลนด์ ดิสคัฟเวอรี จำกัด
498	14-00877	INBOUND	มาลีตราเวล
499	14-00886	INBOUND	พี.พี.ตราเวล เซอร์วิส
500	14-00897	INBOUND	บริษัทวิมานใต้ทะเล จำกัด
501	14-00929	INBOUND	บริษัทบิลิโอ โกลบัส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
502	14-00937	INBOUND	อามาร์ตราเวล เซอร์วิส
503	14-00940	INBOUND	ภาษาทัวร์
504	14-00942	INBOUND	บริษัทเอ.เค.จี. เทรคดิง จำกัด
505	14-00929	INBOUND	พารากอนตราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเข้า(ไทย)
506	14-00988	INBOUND	บริษัทเปอร์เซียน โกลด์ จำกัด
507	14-01011	INBOUND	บริษัทกรีน ดอร์ ทราเวล จำกัด
508	14-01016	INBOUND	แอ็คทีวิตีฮอไลเดย์ ทราเวลส์
509	14-01042	INBOUND	บริษัทเอสพีทูเค ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด
510	14-01042	INBOUND	บริษัทที.พี.จี. (ไทยแลนด์) จำกัด
511	14-01042	INBOUND	บริษัทไทยลีฟวิ่ง เฟอร์รี จำกัด
512	14-01085	INBOUND	บริษัทบีเอที สยาม จำกัด
513	14-01102	INBOUND	บริษัท ดีที เอส ทราเวล ธรู จำกัด
514	14-01134	INBOUND	อีกัวน่า
515	14-01134	INBOUND	บริษัทโอเซียน สกาย จำกัด
516	14-01148	INBOUND	ออดดีทัวร์ แอนด์ ทราเวล
517	14-01161	INBOUND	บริษัทไทยซิตี เอ็กซ์เพรส จำกัด
518	14-01185	INBOUND	บริษัทเดอะวินเนอร์ ทราเวล จำกัด
519	14-01230	INBOUND	ฮัสดีทัวร์ แอนด์ ทราเวล เอเจนซี
520	14-01234	INBOUND	บริษัทอลิสตัน ทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
521	14-01259	INBOUND	บริษัทมอนติเบลโล่ ชาร์เตอร์ จำกัด
522	14-01264	INBOUND	พิทยาทราเวล ทัวร์
523	14-01273	INBOUND	บริษัทโรตี ทัวร์ จำกัด
524	14-01283	INBOUND	บริษัทคลับ เอสเอ็น ทัวร์ จำกัด
525	14-01230	INBOUND	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเค.ซี.ที. อังกอร์ ทราเวล
526	14-01311	INBOUND	บริษัท นิวโอเซียน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
527	14-01311	INBOUND	บริษัทฮอไลเดย์ โฮมส์ (ไทยแลนด์) จำกัด
528	14-01350	INBOUND	บริษัทซีเคพี ทัวร์ ทวี จำกัด
529	14-01379	INBOUND	บริษัทมิสเตอร์ ลี ทัวร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
530	14-01380	INBOUND	บริษัทเซเรนิตี้ ยอร์คทิง จำกัด
531	14-01397	INBOUND	เอ็นวีเวิร์ด แทรเวล
532	14-01401	INBOUND	บริษัทเอสบี แอสปี้ ทัวร์ จำกัด
533	14-01414	INBOUND	ทอป แทรเวลเอเชีย
534	14-01426	INBOUND	บริษัทเดอะ ลิตเติล ปริ้นซ์ จำกัด
535	14-01426	INBOUND	ฮาร์ท ออฟไทยแลนด์

ตาราง 3.2 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดตราด 204 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	11-06396	OUTBOUND	บ้านลูกช้างทราเวล
2	11-06909	OUTBOUND	บูล ลากูนทราเวล
3	11-06928	OUTBOUND	ดี.ดี.หมึก ทราเวล&ทัวร์
4	12-01029	ในประเทศ	เกาะช้างจอย ทราเวล
3	12-01185	ในประเทศ	แสนสบายแทรเวล
6	12-01367	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดที.เค.เอเจนซี
7	12-01185	ในประเทศ	เกาะช้างอเมซิ่งไทยแลนด์ดอทคอม
6	12-01876	ในประเทศ	ตราดน้ำทิพย์ทัวร์
9	12-01926	ในประเทศ	บริษัทสราญสุข ยอร์ชติ้ง จำกัด
10	12-01986	ในประเทศ	เกียรติพลทัวร์
11	12-01991	ในประเทศ	ไอแลนด์เน็ต ทัวร์
12	12-02030	ในประเทศ	เกาะช้างแกรนด์ มารีน ทัวร์
13	12-02055	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดทีเค ออน ทัวร์ แอนด์ เซอร์วิส
14	13-00015	เฉพาะพื้นที่	พ.พิชิตชัย
13	13-00020	เฉพาะพื้นที่	หาดทรายขาวรีสอร์ท
16	13-00169	เฉพาะพื้นที่	สมพรโฮมสเตย์
17	13-00170	เฉพาะพื้นที่	ปิยะศักดิ์นำเที่ยว
18	13-00273	เฉพาะพื้นที่	บ้านริมน้ำทัวร์
19	13-00318	เฉพาะพื้นที่	แมทซิงทัวร์
20	13-00359	เฉพาะพื้นที่	ดาวเรืองโฮมสเตย์
21	13-00360	เฉพาะพื้นที่	ตึกแดนโฮมสเตย์
22	13-00361	เฉพาะพื้นที่	บ้านป่าแก้ว
23	13-00361	เฉพาะพื้นที่	พร-พลโฮมสเตย์
24	13-00363	เฉพาะพื้นที่	แสงสว่างการท่องเที่ยว
25	13-00363	เฉพาะพื้นที่	เจอพอดีทัวร์
26	13-00273	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างชาวเล ทัวร์
27	13-00374	เฉพาะพื้นที่	บุญชู (ต๊อบ) ทัวร์
28	13-00374	เฉพาะพื้นที่	บ้านช้างไทย
29	13-00378	เฉพาะพื้นที่	จ.เจนอนันต์
30	13-00437	เฉพาะพื้นที่	เอ็กซ์ไพราทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
31	13-00447	เฉพาะพื้นที่	ทรัพย์สัญญา ทัวร์
32	13-00462	เฉพาะพื้นที่	อัมพรัตน์แทรเวล
33	13-00492	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างทัวร์
34	13-00503	เฉพาะพื้นที่	ทัวร์เดินป่าคลองกอย
35	13-00536	เฉพาะพื้นที่	เมก้าทราเวล
36	13-00550	เฉพาะพื้นที่	ไชยเชษฐาทัวร์
37	13-00614	เฉพาะพื้นที่	บริษัทมีชัย แอดเวนเจอร์ ทัวร์ จำกัด
38	13-00619	เฉพาะพื้นที่	บางเบาโบ๊ท
39	13-00623	เฉพาะพื้นที่	หาดเล็กรีสอร์ท
40	13-00623	เฉพาะพื้นที่	ขุนเดชทัวร์
41	13-00644	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างธุรกิจ นำเที่ยว
42	13-00652	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างคชา
43	13-00652	เฉพาะพื้นที่	นินาเกาะช้างทัวร์
44	13-00663	เฉพาะพื้นที่	กัลปพฤกษ์
45	13-00678	เฉพาะพื้นที่	สัญญามินิบัส เซอร์วิส แอนด์ ทัวร์
46	13-00691	เฉพาะพื้นที่	ไวท์ แซนด์โคว์ เซนเตอร์
47	13-00715	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างโบ๊ททริป แอนด์ ทัวร์
48	13-00715	เฉพาะพื้นที่	ทรายขาวทราเวล
49	13-00730	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเกาะช้าง ทีที ทราเวล จำกัด
50	13-00732	เฉพาะพื้นที่	คุณหม่อมบ้านชายทะเล โฮมสเตย์
51	13-00733	เฉพาะพื้นที่	มิตรภาพทัวร์
52	13-00734	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างควาบอย
53	13-00750	เฉพาะพื้นที่	จังเกิลเวย์เทรกกิ้ง ทัวร์
54	13-00800	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเกาะช้าง แอดเวนเจอร์ ทราเวล
55	13-00808	เฉพาะพื้นที่	เอ.วี.ทัวร์
56	13-00831	เฉพาะพื้นที่	บริษัทช้าง ไดรฟ์วิง เซ็นเตอร์ จำกัด
57	13-00800	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเปรมทรัพย์ ทัวร์
58	13-00867	เฉพาะพื้นที่	โค โค ดีโอบี
59	13-00878	เฉพาะพื้นที่	อิทธิพลทัวร์
60	13-00885	เฉพาะพื้นที่	เพ็ญนี้ทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
61	13-00890	เฉพาะพื้นที่	บุปผาทัวร์
62	13-00895	เฉพาะพื้นที่	เอส พีบีคิง เซ็นเตอร์
63	13-00905	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างโกลด์เด็นท์ทัวร์
64	13-00920	เฉพาะพื้นที่	บริษัทเดอะไตร์ฟ แอดเวนเจอร์ส เกาะช้าง จำกัด
63	13-00925	เฉพาะพื้นที่	ไทย ไทยอีโค
66	13-00920	เฉพาะพื้นที่	ฮันนีทัวร์
67	13-00928	เฉพาะพื้นที่	แอนไอส์แลนด์ ทราเวล
68	13-00940	เฉพาะพื้นที่	โรจนพาน์พีชซิ่งทัวร์
69	13-01012	เฉพาะพื้นที่	โรงแรมอัยยะปุระ รีสอร์ท แอนด์ สปา
70	13-01023	เฉพาะพื้นที่	ไทย สไมล์ทราเวล
71	13-01023	เฉพาะพื้นที่	น.ไก่แบ้ฮัท
72	13-01029	เฉพาะพื้นที่	เรือนไทยทัวร์
73	13-01035	เฉพาะพื้นที่	บริษัทอิลเวส เกาะช้าง จำกัด
74	13-01053	เฉพาะพื้นที่	มาร์การิตาทัวร์
75	13-01059	เฉพาะพื้นที่	มิสเตอร์ไข่ทัวร์
76	13-01081	เฉพาะพื้นที่	สุวิทย์ทัวร์
77	13-01084	เฉพาะพื้นที่	สลักเพชรทัวร์
78	13-01084	เฉพาะพื้นที่	สนุกทราเวล
79	13-01095	เฉพาะพื้นที่	ไอคิวทราเวล
80	13-01107	เฉพาะพื้นที่	เฟรน ชิปทัวร์
81	13-01111	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดทราเวลมาร์ท เกาะช้าง
82	13-01114	เฉพาะพื้นที่	สวีสวีเกาะช้าง ทราเวล
83	13-01119	เฉพาะพื้นที่	ทริป ท็อปทราเวล
84	13-01120	เฉพาะพื้นที่	แมคลี
85	13-01120	เฉพาะพื้นที่	บ้านน้ำพา
86	13-01150	เฉพาะพื้นที่	หลายารีสอร์ท
87	13-01151	เฉพาะพื้นที่	บลูลาภูนบังกะโลว์
88	13-01152	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างตราด ทัวร์
89	13-01150	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างวินโดว์
90	13-01107	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเพชรรัตน์ ทราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
91	13-01179	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเกาะช้าง แมทซิ่ง กรุ๊ป
92	13-01196	เฉพาะพื้นที่	ลาลูน่าทัวร์
93	13-01202	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างแกรนด์ทัวร์
94	13-01213	เฉพาะพื้นที่	นัชชาทัวร์
95	13-01216	เฉพาะพื้นที่	ไก่อแบ้การ์เดนท
96	13-01217	เฉพาะพื้นที่	เอ็นจอยทัวร์
97	13-01218	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเจริญติลก
98	13-01243	เฉพาะพื้นที่	กูดไทมส์รีสอร์ท
99	13-01255	เฉพาะพื้นที่	โอทูปินเตอร์เน็ต
100	13-01260	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างคอนทิกิทัวร์
101	13-01263	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างแฮปปี้ ทราเวล
102	13-01268	เฉพาะพื้นที่	ไอเดียทราเวล
103	13-01269	เฉพาะพื้นที่	บี. บี.ทราเวล
104	13-01274	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเศรษฐกิจ ทราเวล
105	13-01281	เฉพาะพื้นที่	ครัวแสงอรุณ
106	13-01295	เฉพาะพื้นที่	มานะสมุทรทัวร์
107	13-01299	เฉพาะพื้นที่	ทราเวลไลท์
106	13-01307	เฉพาะพื้นที่	ซี บาร์เอ-บ้า ทัวร์
109	13-01311	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเอส เอส พี ทัวร์
110	13-01312	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเทรเวล อินฟอเมชั่น (โทม้ ทราเวล)
111	13-01316	เฉพาะพื้นที่	มัสยาทัวร์
112	13-01317	เฉพาะพื้นที่	สินทราเวล
113	13-01316	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเกาะช้างสไมล์
114	13-01319	เฉพาะพื้นที่	สิริไวย์สปีดโบ๊ท
115	13-01321	เฉพาะพื้นที่	ไฟน์ เออาท์ทัวร์
116	13-01332	เฉพาะพื้นที่	ซันไรท์แตรเวล
117	13-01263	เฉพาะพื้นที่	บ้านปูทราเวล
118	13-01347	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างสไมล์ บุกกิ่ง
119	13-01349	เฉพาะพื้นที่	สังขกุลทัวร์
120	13-01350	เฉพาะพื้นที่	ศัทธิาทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
121	13-01352	เฉพาะพื้นที่	ซีอินเตอร์ ทัวร์
122	13-01353	เฉพาะพื้นที่	นก หนึ่งศูนย์ หนึ่ง ทราเวล
123	13-01365	เฉพาะพื้นที่	ไอโซท์
124	13-01374	เฉพาะพื้นที่	ซีฮอर्सทราเวล เกาะช้าง
125	13-01386	เฉพาะพื้นที่	ช้างทัวร์
126	13-01387	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างออฟโรด เอทีวี ทัวร์
127	13-01388	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างอินน์ทัวร์
128	13-01386	เฉพาะพื้นที่	เพิ่มพูลทรัพย์โบ๊ททิป
129	13-01395	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเกาะช้างเจนเนอร์เรชั่น ทัวร์
130	13-01403	เฉพาะพื้นที่	มันเดย์ทัวร์ เกาะช้าง
131	13-01403	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างนิวทราเวล
132	13-01455	เฉพาะพื้นที่	บ้านควาญช้าง
133	13-01466	เฉพาะพื้นที่	บริษัทคลองพร้าว อินเทอร์เน็ต จำกัด
134	13-01470	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างครีธา ทัวร์ แอนด์ เซอร์วิส
135	13-01485	เฉพาะพื้นที่	บ้านแคมป์ช้างคลองพร้าว
136	13-01486	เฉพาะพื้นที่	จี แอนด์จี ทัวร์
137	13-01486	เฉพาะพื้นที่	โอ แอนด์ดี ทราเวล
136	13-01497	เฉพาะพื้นที่	สตางค์ ดอททอเรียล เกาะช้าง
139	13-01503	เฉพาะพื้นที่	ชาวฮีทัวร์
140	13-01509	เฉพาะพื้นที่	คอมพาสทัวร์
141	13-01513	เฉพาะพื้นที่	เฟรนด์ลีแอนด์ ฟรีดอม แทรเวล
142	13-01521	เฉพาะพื้นที่	ซี แอนด์ซัน ไดเวอร์ส
143	13-01526	เฉพาะพื้นที่	สวีสวีตเกาะช้าง
144	13-01527	เฉพาะพื้นที่	ซีปรีสแทรเวล
145	13-01528	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างกรีน กรุป
146	13-01529	เฉพาะพื้นที่	เดือนอิมเมจิน
147	13-01530	เฉพาะพื้นที่	ไอร์แลนด์ลอร์จ
148	13-01531	เฉพาะพื้นที่	โทนีทราเวล แอนด์ ทัวร์
149	13-01532	เฉพาะพื้นที่	ซีต้าทราเวล
150	13-01533	เฉพาะพื้นที่	ตุ๊กตาทราเวล

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
151	13-01534	เฉพาะพื้นที่	เค ซี โอเกาะช้าง ออฟฟิศ
152	13-01540	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างฮอติเคย์ ทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
152	13-01551	เฉพาะพื้นที่	ไก่อ๊แบ๊ฮัทสปีดโบ๊ท
154	13-01560	เฉพาะพื้นที่	ไบฟิงเกอร์
155	13-01568	เฉพาะพื้นที่	ไอเลิฟเกาะหมาก
156	13-01568	เฉพาะพื้นที่	โจ๊กเกาะช้าง
157	13-01573	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเกาะช้าง สุริยา ทัวร์
158	13-01589	เฉพาะพื้นที่	กรีนทูเก็ตเตอร์
159	13-01594	เฉพาะพื้นที่	คชาคอนเนอร์
160	13-01594	เฉพาะพื้นที่	ฮัลโหลเกาะช้าง
161	13-01606	เฉพาะพื้นที่	บริษัท บลูโอเซียน ครูซเซส จำกัด
162	13-01638	เฉพาะพื้นที่	โก อีสท์ทัวร์
163	13-01659	เฉพาะพื้นที่	อโลฮาทราเวลเลอร์
164	13-01672	เฉพาะพื้นที่	คลองพร้าวรีสอร์ท
163	13-01679	เฉพาะพื้นที่	ปิกเสีร์ตราเวล
166	13-01703	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโกลเด็นท์แซนด์ จำกัด
167	13-01714	เฉพาะพื้นที่	มุกตราเวล
168	13-01714	เฉพาะพื้นที่	วันมอร์ทัวร์
169	13-01721	เฉพาะพื้นที่	ไวท์ แซนด์บีช อินฟอร์เมชั่น
170	13-01724	เฉพาะพื้นที่	เอ็ม เจตราเวล
171	13-01727	เฉพาะพื้นที่	เว็บบันนี่ตราเวล
172	13-01724	เฉพาะพื้นที่	15 ปาล์มทัวร์
173	13-01762	เฉพาะพื้นที่	ฝรั่งตราเวล
174	13-01768	เฉพาะพื้นที่	อรุณสราตราเวล
175	13-01775	เฉพาะพื้นที่	ซี แอนด์ซัน ทัวร์
176	13-01790	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างซี ทัวร์
177	13-01796	เฉพาะพื้นที่	คาเฟ่ เดลซันชายน
178	13-01797	เฉพาะพื้นที่	ไทย มารีนทัวร์
179	13-01805	เฉพาะพื้นที่	โซเฟียการ์เด็นรีสอร์ท
180	13-01806	เฉพาะพื้นที่	ท้อป-รีสอร์ท

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
181	13-01807	เฉพาะพื้นที่	ซีต้าทราเวล
181	13-01808	เฉพาะพื้นที่	ซีฟลาวเวอร์ รีสอร์ท
183	13-01809	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างเซ็นเตอร์ ทัวร์
184	13-01810	เฉพาะพื้นที่	ชนาธิปทัวร์
185	13-01811	เฉพาะพื้นที่	อรุณ รีสอร์ท
186	13-01811	เฉพาะพื้นที่	ปลาโลมาคิลิพี รีสอร์ท
187	13-01813	เฉพาะพื้นที่	เกาะช้างแกลลอรี่ ทัวร์
188	13-01814	เฉพาะพื้นที่	โฮมสเตย์แม่สมบูรณ์
189	13-01813	เฉพาะพื้นที่	บ้านพาเพลินโฮมสเตย์
190	13-01816	เฉพาะพื้นที่	ตั้งต่อง
191	13-01813	เฉพาะพื้นที่	ยิ้มมีทัวร์
192	13-01818	เฉพาะพื้นที่	7 เด ทัวร์แอน อินเตอร์เนท
193	13-01818	เฉพาะพื้นที่	ห้างหุ้นส่วนจำกัดเมก้า ทราเวล เกาะช้าง
194	13-01833	เฉพาะพื้นที่	เดอะ สปาเกาะช้าง รีสอร์ท
195	13-01847	เฉพาะพื้นที่	นฤชาทัวร์
196	13-01863	เฉพาะพื้นที่	ทราเวลเลอร์สเตชั่น
197	13-01863	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ทีเค ซี เกาะช้าง กรุ๊ป จำกัด
198	13-01875	เฉพาะพื้นที่	เคพี.ทัวร์
199	13-01880	เฉพาะพื้นที่	เคพี.ทัวร์
200	13-01898	เฉพาะพื้นที่	คอนทิกิ
201	13-01906	เฉพาะพื้นที่	เอทีวีสลักเพชร แอดเวนเจอร์
202	14-00109	INBOUND	บริษัทแมนโก้ ทราเวล จำกัด
203	14-00795	INBOUND	อันฟอร์เกตเทเบิลเวเคชั่น คลับ
204	14-01408	INBOUND	ธิดาทัวร์

ตาราง 3.3 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดระยอง 75 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	11-04923	OUTBOUND	ทีเจทราเวล แอนด์ ทัวร์
2	11-04924	OUTBOUND	บริษัทเอ็ม.โอ.ทัวร์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
3	11-06070	OUTBOUND	บริษัทดวงใจ วาเคชั่น แพลนเนอร์ กรุ๊ป จำกัด
4	11-06081	OUTBOUND	บริษัทธีระอะโกรทัวร์ จำกัด

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
5	11-06719	OUTBOUND	ธารทิพย์ไทยแลนด์ กรุ๊ป
6	11-06779	OUTBOUND	บริษัทซิสเตอร์ ทราเวล แอนด์ ออแกไนซ์เซอร์ จำกัด
7	11-07151	OUTBOUND	ดี จังทัวร์
8	12-00382	ในประเทศ	ทรายแก้ววิลล่า
9	12-00788	ในประเทศ	วนาลีเทรเวล
10	12-01048	ในประเทศ	โชคหิรัญทัวร์
11	12-01079	ในประเทศ	บริษัทเพื่อนเที่ยว จำกัด
12	12-01205	ในประเทศ	บริษัทระยอง บี.ที.ทัวร์ แอร์ แอนด์ ชาวด์ จำกัด
13	12-01540	ในประเทศ	เสือดอทัวร์
14	12-01569	ในประเทศ	ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามสอ เซอร์วิส
15	12-01847	ในประเทศ	รติมาทัวร์
16	12-02000	ในประเทศ	ตะวันพรรษา ทัวร์
17	13-00046	เฉพาะพื้นที่	เสม็ดแทรเวล
18	13-00052	เฉพาะพื้นที่	ชมทะเลทัวร์
19	13-00069	เฉพาะพื้นที่	พอลโล่มีทัวร์
20	13-00133	เฉพาะพื้นที่	เรย์ไคเวอร์
21	13-00167	เฉพาะพื้นที่	กุกกิกทัวร์
22	13-00209	เฉพาะพื้นที่	เทพประทานพรทัวร์
23	13-00231	เฉพาะพื้นที่	ซี.พี.ทราเวล
24	13-00240	เฉพาะพื้นที่	ไอส์แลนด์ทัวร์เกาะเสม็ด
25	13-00467	เฉพาะพื้นที่	ตะวันทัวร์
26	13-00479	เฉพาะพื้นที่	แจ้จ้อทัวร์
27	13-00575	เฉพาะพื้นที่	แม่พิมพ์ทราเวล
28	13-00616	เฉพาะพื้นที่	ทราเวล ซีทัวร์ (ที.เอส.ทัวร์)
29	13-00718	เฉพาะพื้นที่	ท่าเรือศรีบ้านเพ
30	13-00766	เฉพาะพื้นที่	เรือโชคทิพย์มณี
31	13-00767	เฉพาะพื้นที่	โชคสุนันทาทัวร์
32	13-00826	เฉพาะพื้นที่	สินสมุทรกรุ๊ป ทัวร์
33	13-00894	เฉพาะพื้นที่	กิตติมาทราเวล
34	13-01071	เฉพาะพื้นที่	เพชรบูรพาทราเวล
35	13-01072	เฉพาะพื้นที่	บ้านสังข์ทัวร์

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
36	13-01078	เฉพาะพื้นที่	บัดดี้ทัวร์
37	13-01121	เฉพาะพื้นที่	ควอลิตี้ไววาย
38	13-01121	เฉพาะพื้นที่	ซันเดย์ทราเวล แอนด์ เซอร์วิส
39	13-01139	เฉพาะพื้นที่	บรุคไซด์วัลเลย์
40	13-01142	เฉพาะพื้นที่	โดมทราเวล
41	13-01155	เฉพาะพื้นที่	บริษัทที.ดี.วี. แมเนจเม้นท์ จำกัด
42	13-01180	เฉพาะพื้นที่	น้องบูมทัวร์
43	13-01181	เฉพาะพื้นที่	อ่าวไร่ทราเวล เอเจนซี
44	13-01204	เฉพาะพื้นที่	โซคมานะทัวร์
43	13-01209	เฉพาะพื้นที่	เดอะทอยทัวร์
46	13-01245	เฉพาะพื้นที่	เบญจมาศทัวร์
47	13-01209	เฉพาะพื้นที่	วิลล่าบาหลี่ รีสอร์ท
46	13-01254	เฉพาะพื้นที่	เสม็ดทราเวล เซอร์วิส
49	13-01315	เฉพาะพื้นที่	สุริยะทัวร์
50	13-01360	เฉพาะพื้นที่	โชครัตน์ชัย
51	13-01392	เฉพาะพื้นที่	ไวท์แซนด์เสม็ด ทราเวล
52	13-01400	เฉพาะพื้นที่	พี เอ็นทราเวล
52	13-01400	เฉพาะพื้นที่	บริษัทพุ่มมุล จำกัด
54	13-01436	เฉพาะพื้นที่	มันตาศิริโฮสแลนด์ รีสอร์ท
55	13-01446	เฉพาะพื้นที่	นิวแฮปปี้ทัวร์
56	13-01472	เฉพาะพื้นที่	โอเลย์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
57	13-01490	เฉพาะพื้นที่	ไซท์ แอนด์ซี ทัวร์
58	13-01542	เฉพาะพื้นที่	เรือทิพย์ภเวทย์
59	13-01666	เฉพาะพื้นที่	บ้านแม่พิมพ์ เอเจนซี
60	13-01704	เฉพาะพื้นที่	พีดีบลิวแพมิลี่ ทัวร์
61	13-01735	เฉพาะพื้นที่	ฟ้าใสเสม็ด ทราเวล
62	13-01741	เฉพาะพื้นที่	เสม็ดโบททริป
63	13-01749	เฉพาะพื้นที่	พี.เอส.พีทราเวล
64	13-01757	เฉพาะพื้นที่	เดอะริชทัวร์
65	13-01827	เฉพาะพื้นที่	โชคธนาริပ်

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
66	13-01831	เฉพาะพื้นที่	แอด สตาร์ทัวร์
67	13-01832	เฉพาะพื้นที่	วีไอพีเอ็นเอส ทราเวล
68	13-01848	เฉพาะพื้นที่	บริษัท ชั้น 4 ยู จำกัด
69	13-01892	เฉพาะพื้นที่	เรื่อนวลทิพย์
70	13-01905	เฉพาะพื้นที่	บ้านเพ็ชชา แอนด์ ทัวร์
71	13-01908	เฉพาะพื้นที่	บริษัทโสธร พรินเซส จำกัด
72	14-01153	INBOUND	บริษัทที.อี.เอ็น 2010 - โกลบอล จำกัด
73	14-01244	INBOUND	ฮอลิเดย์ไทย เทรเวล
74	14-01255	INBOUND	บริษัทออร์คิดี ทราเวล จำกัด
75	14-01279	INBOUND	บริษัทอินเวียจี เอเชีย จำกัด

ตาราง 3.4กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 14 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	11-03387	OUTBOUND	ห้างหุ้นส่วนจำกัดชลลดา แทรเวล
2	11-06024	OUTBOUND	ห้างหุ้นส่วนจำกัดควาย ซี อาร์ ฮอลิเดย์
1	11-06492	OUTBOUND	บริษัท ไอลัน ลา แทรเวล จำกัด
4	11-07045	OUTBOUND	พี.พี.กรุ๊ปทัวร์
5	12-01561	ในประเทศ	แบ่งปันทัวร์
6	12-01715	ในประเทศ	จอห์นสันทัวร์
7	12-01727	ในประเทศ	สาวจอห์นสันทัวร์
6	13-00316	เฉพาะพื้นที่	โอ เคได้ฟวิง นำเที่ยว
9	13-01106	เฉพาะพื้นที่	อาอำทัวร์
10	13-01189	เฉพาะพื้นที่	สยามอีสเทอร์น ทัวร์
11	13-01189	เฉพาะพื้นที่	เดอะเพียร์
12	13-01364	เฉพาะพื้นที่	ลีโอทราเวล
13	13-01759	เฉพาะพื้นที่	สมาย แอนด์สมาย ทัวร์
14	13-01782	เฉพาะพื้นที่	ศิริพานิชท่องเที่ยว

ตาราง 3.5 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี 15 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	12-00939	ในประเทศ	บ้านผางาม
2	13-00032	เฉพาะพื้นที่	หินเพ็งรีสอร์ท
3	13-00033	เฉพาะพื้นที่	สวนศักดิ์สุภา รีสอร์ท
4	13-00047	เฉพาะพื้นที่	ใสใหญ่รีสอร์ท
5	13-00128	เฉพาะพื้นที่	วังตะพานรีสอร์ท
6	13-00424	เฉพาะพื้นที่	แก่งหินเพ็งแคมป์ปิ้งรีสอร์ท
7	13-00516	เฉพาะพื้นที่	ประกายทิว
8	13-00586	เฉพาะพื้นที่	แก่งหินเพ็งริเวอร์ไซด์รีสอร์ท
9	13-00998	เฉพาะพื้นที่	ผิงหลวงแคมป์กราวด์
10	13-01192	เฉพาะพื้นที่	หินเพ็งแอดเวนเจอร์
11	13-01197	เฉพาะพื้นที่	เหนือผายแคมป์
12	13-01238	เฉพาะพื้นที่	ภูริมนารีสอร์ท
13	13-01238	เฉพาะพื้นที่	สลิตาทรานสปอร์ต
14	13-01504	เฉพาะพื้นที่	เพชรกระจ่างวอเตอร์สปอร์ต
15	14-01316	INBOUND	ปาล์มการ์เด็น ลี้อจ

ตาราง 3.6 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 5 แห่ง

ลำดับ	เลขที่ใบอนุญาต	ประเภทธุรกิจ	ชื่อธุรกิจนำเที่ยว(ไทย)
1	11-04987	OUTBOUND	บริษัทวิว่า อินเซนท์ฟ ทราเวล จำกัด
2	11-05057	OUTBOUND	ราชนครินทร์ทัวร์
3	11-06473	OUTBOUND	บริษัทมายควีน ทราเวล จำกัด
4	11-06549	OUTBOUND	บริษัทสน็อบเบอร์ ฮอลิเดย์ จำกัด
5	12-00667	ในประเทศ	เจอาร์แทรเวล เอเจนซี

(2) กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการโรงแรมในภาคตะวันออก ที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก รวมประชากรทั้งสิ้นจำนวน 83 แห่ง มีรายชื่อดังนี้

ตาราง 3.7 กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการโรงแรมในภาคตะวันออก

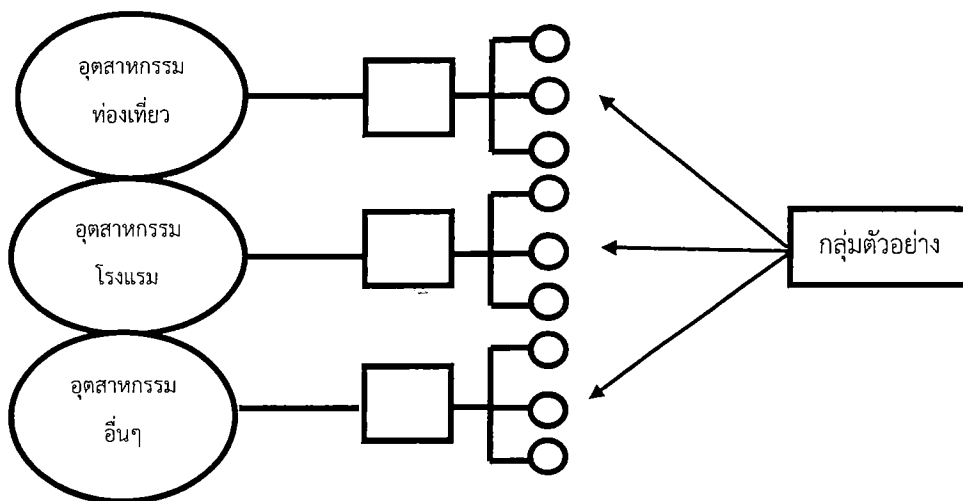
1 โรงแรม อายา บูติก โฮเทล พัทยา	22 โรงแรม ชลจันทร์ พัทยา รีสอร์ท	43 โรงแรม เค พี แกรนด์ จันทบุรี	64 โรงแรม ฟินนาเคิล จอมเทียนรีสอร์ท แอนด์ สปา
2 โรงแรม ซิติน การ์เด็น รีสอร์ท พัทยา	23 โรงแรม ชล อินเตอร์	44 โรงแรม เขาใหญ่ แกรนด์วิวรีสอร์ท	65 โรงแรม พูลแมน พัทยาไฮคาร์รัย
3 โรงแรมฮอรัสซู พอยท์ รีสอร์ท	24 โรงแรม เดอะ ซิตี้ ศรีราชา	45 โรงแรม เกาะช้าง ทropicคานารี รีสอร์ท แอนด์ สปา	66 โรงแรมราวินทรา บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา
4 โรงแรม ไฮเทล วิลล่า พัทยา	25 โรงแรม โคซี่ บีช	46 โรงแรมลองบีช การ์เด็น โฮเทล แอนด์ สปา	67 โรงแรม ระยอง รีสอร์ท บีชแอนด์ สปา ริทริท
5 โรงแรม แรบบิท รีสอร์ท	26 โรงแรมเดอะ เดอะ เกาะช้าง	47 โรงแรม มณีจันทร์ รีสอร์ท	68 โรงแรม รอยัล คลิฟ โฮเทลกรุ๊ป รีสอร์ท
6 โรงแรมซิกเนเจอร์ พัทยา	27 โรงแรม ไดมอนด์ บีช	48 โรงแรม มานิตา โรส การ์เด็น	69 โรงแรม ทราเยกัว บีช รีสอร์ท, เสม็ด คลับ
7 โรงแรม อาม่า รีสอร์ท แอนด์สปา	28 โรงแรม คุณิตธานี พัทยา	49 โรงแรม เมอร์เคียว พัทยา	70 โรงแรม เซอรัดัน พัทยา รีสอร์ท
8 โรงแรม ออลซีชั่น พัทยา	29 โรงแรม ดุสิต ดีทู บาราคูต้าพัทยา	50 โรงแรม มณเฑียร พัทยา	71 โรงแรมสยาม เบย์ชอร์ รีสอร์ท แอนด์ สปา
9 โรงแรม อมารี เอเมอรัลด์ โคฟ รีสอร์ท	30 โรงแรม ฟูราม่า เอ็กซ์คลูซีฟ รีสอร์ทแอนด์สปา, อัยยะปุระ เกาะช้าง	51 โรงแรมเมท์เทนบีช พัทยา	72 โรงแรม สยามเบย์วิว
10 โรงแรมอมาริโอคิตรีสอร์ทแอนด์ทาวเวอร์	31 โรงแรมกจา ปูรี รีสอร์ท แอนด์ สปา	52 โรงแรม นิว ซีวิว รีสอร์ท	73 โรงแรม สยาม บีช รีสอร์ท
11 โรงแรมเอ-วัน เดอะ รอยัล ครุส	32 โรงแรม การ์เด็น คลิฟ รีสอร์ทแอนด์ สปา, พัทยา	53 โรงแรม นิว แทรเวล บีชรีสอร์ท	74 โรงแรม สตาร์
12 โรงแรม เอเชีย พัทยา	33 โรงแรม การ์เดนทรี ซีวิว รีสอร์ท	54 โรงแรม ไนซ์ บีช โฮเทล	75 โรงแรม ชันซิติ์ พัทยา
13 โรงแรม บ้านศิริ ออน ซี	34 โรงแรม แกรนด์ จอมเทียน พาเลซ	55 โรงแรม โนวาเทล ริมเพ ระยอง	76 โรงแรมชันบีม พัทยา
14 โรงแรม บางแสน บีช รีสอร์ท	35 โรงแรม เดอะ กรีน พาร์ครีสอร์ท	56 โรงแรมแปซิฟิก พาร์ค	77 โรงแรม ชันเจ็ท พาร์ค รีสอร์ทแอนด์ สปา
15 โรงแรม เบลลา เอ็กซ์เพรส	36 โรงแรมอาร์ดริค พัทยา	57 โรงแรม ปานวิมาน เกาะช้าง รีสอร์ท	78 โรงแรม ไทย การ์เด็น รีสอร์ท
16 โรงแรมเบลลา วิลล่า เมโทร	37 โรงแรม ฮิลตัน พัทยา	58 โรงแรม ปารีส รีสอร์ท	79 โรงแรม เดอะ ไลท์ รีสอร์ท
17 โรงแรม เบสท์ เวสเทิร์น พัทยา	38 โรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ พัทยา	59 โรงแรม พัฒนา รีสอร์ท	80 โรงแรม ทาวน์อินทาวน์ พัทยา
18 โรงแรม โบตานี บีช รีสอร์ท	39 โรงแรม ไอบิส พัทยา	60 โรงแรม พัทยา ดิสคอปเวอริ์ บีช	81 โรงแรมทropicคานา
19 โรงแรม บรุกไซด์ วิลเลจรีสอร์ท	40 โรงแรม ไอล์แลนด์วิว	61 โรงแรมพัทยา แมริออท ริชอร์ท แอนด์ สปา เอ รอยัล การ์เด็น ริชอร์ท	82 โรงแรม ู๊ดแลนด์โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท
20 โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ มีراجบีช รีสอร์ท พัทยา	41 โรงแรมจอมเทียนปาล์มบีชรีสอร์ท	62 โรงแรม พัทยา พาร์ค บีชรีสอร์ท	83 โรงแรม เดอะ ซายน์
21 โรงแรมเซ็นจูรี่ พัทยา	42 โรงแรม เจที วิลล่า	63 โรงแรม พิช รีสอร์ท	

ที่มา : สมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก ข้อมูล ณ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2555

- (3) ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก
ผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวน 400คนแบ่งเป็น นิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาผู้ทำงานในสาขาในภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และจบปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่นๆ ที่มีแนวโน้มจะเรียนต่อในสาขาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน 400 คน โดยการใช้สูตรในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (Taro Yamane) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 4คน การสุ่มตัวอย่างนิสิตจากจำนวนนิสิตที่กำลังศึกษาทั้งหมด และการสุ่มตัวอย่างของผู้ที่ทำงานและจบปริญญาตรี เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) โดยใช้วิธีสุ่ม เลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกเป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่างของผู้ที่ทำงานและจบปริญญาตรี

จากภาพเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงไปที่ 3 ภาคอุตสาหกรรม (1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก (2) อุตสาหกรรมการโรงแรมในภาคตะวันออก (3) และในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีแนวโน้มในการศึกษาต่อ จะเป็นการสุ่มแจกแบบสอบถามด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เท่าๆกัน

ส่วนการสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในด้านกรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์กรที่เรียกว่า “VRIO framework” ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณค่าเฉพาะตัว ดังนี้

- (1) อาจารย์สัมพันธ์ แป้นพัฒน์ ผู้ทรงคุณวุฒิ
- (2) ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย ผู้ทรงคุณวุฒิ
- (3) คุณมยุรา ธรรมรักษ์ เจ้าของบริษัทเวชสรรค์ทัวร์

(4) คุณบุญทริก โกศลวิทย์ นายกสมาคมโรงแรมภาคตะวันออก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ(International Tourism Management) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา โดยเป็นแบบสอบถาม 2 ชุด คือ แบบสอบถามเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

แบบสอบถามเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อหลักสูตร จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบของแผนการเรียน รายวิชา วิชาเอกเลือก และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ โดยรูปแบบของคำถามมีดังนี้

- แบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง จำนวน 2 ข้อ
- แบบสอบถามแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยใช้สเกล 4 อันดับ ในการสำรวจความต้องการโดยที่ 4 แทนความต้องการมากที่สุด และ 1 แทนความต้องการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านความต้องการของผู้เรียนต่อคุณค่าของหลักสูตรจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเด็นความต้องการในหลักสูตร กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ Output และ Outcome โดยมีรูปแบบคำถามเป็นแบบสอบถามแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยใช้สเกล 4 อันดับ ในการสำรวจความต้องการ โดยที่ 4 แทนระดับความต้องการมากที่สุด และ 1 แทนระดับความต้องการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการศึกษาในการปรับปรุงหลักสูตรจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สภาพภาพ บุตร ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แหล่งเงินทุนการศึกษาต่อและสถานที่ทำงาน เพื่อวิเคราะห์และสรุปผลว่า ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมีลักษณะแบบใด โดยรูปแบบของคำถามมีดังนี้

- แบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง จำนวน 3 ข้อ
- แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก จำนวน 6 ข้อ

หมายเหตุ

1) โดยแบบสอบถามเชิงปริมาณจะเป็นลักษณะของแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยสามารถแจกแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และผู้ตอบสอบถามสามารถตอบได้สะดวกไม่ว่าจะอยู่ที่ใด และข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนั้นจะเข้าฐานข้อมูลในทันที และสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์

2) การใช้แบบสอบถามแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) ที่มีสเกล 4 อันดับนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและแม่นยำมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากมีสเกล 5 อันดับ จะส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด เนื่องจากไม่ทราบจะตอบอะไร จึงตอบแบบกลางๆไว้ก่อน และผลที่ได้ที่แบบปานกลาง จะไม่ได้ให้ข้อมูลอะไรที่ชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรจะให้เอียงไปทางด้านใดด้านหนึ่งจะทำให้ผลที่ออกมาชัดเจนกว่า

แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในด้านกรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์กรที่เรียกว่า “VRIO framework” ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณค่าเฉพาะตัว

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทางผู้วิจัยได้มีการพัฒนาแบบสอบถามทั้ง 2 ชุดโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลรายวิชาและแผนการเรียน จากหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศระหว่างประเทศสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับ VRIO framework ในทฤษฎี Resource based theory และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (TQF) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาของแบบสอบถามให้ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น
4. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามหลังการปรับปรุงไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น บริษัทที่ไม่ถูกสุ่ม
5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ออกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนของแบบสอบถามเชิงคุณภาพที่จะเก็บข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้กรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์กรที่เรียกว่า “VRIO framework” ได้มีวิธีการพัฒนาเครื่องมือในระหว่างขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยใช้ Operational definition tables หรือนิยามศัพท์ปฏิบัติการ ดังนี้

ตาราง 3.8 Operational definition tables

ชื่อทฤษฎี	ตัวแปร	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
VRIO framework (Barney,1991)	- V (Value)	กำหนดคุณลักษณะเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง เป็นสิ่งที่องค์กรต้องใช้จุดอ่อนและจุดแข็ง เพื่อแสวงหาประโยชน์จากโอกาสและลบล้างอุปสรรค	1. ท่านมีวิธีการ/แนวทางอย่างไรเพื่อให้หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิตได้เปรียบสถาบันอื่นๆ	Barney อ้างถึงใน ทิศนา ชามมนี, 2553
	- R (Rareness)	ความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรนั้นๆ ความสามารถที่หาได้ยากที่เกิดขึ้นจากคู่แข่งชั้นน้อยราย	2. ท่านมีวิธีการ/แนวทางอย่างไรในการสร้างหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิตให้มีความเป็นเอกลักษณ์	

ชื่อทฤษฎี	ตัวแปร	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
	- I (Imitability)	ต้นทุนการลอกเลียนแบบที่สูง เป็นผลทำให้คู่แข่งไม่สามารถ พัฒนาขึ้นได้โดยง่าย	3. ท่านมีวิธีการ/แนวทาง อย่างไรเพื่อหลีกเลี่ยงการ ลอกเลียนแบบจากสถาบันอื่น	
	-O (organization)	ทรัพยากรนั้นองค์การนำมาใช้ ประโยชน์ได้ โดยอาศัย ความร่วมมือที่เปิดโอกาสให้ทุก คนมีส่วนร่วมในการคิดและ การกระทำนำไปสู่ความ ได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่าง ยั่งยืน	4. ท่านมีวิธีการ/แนวทาง อย่างไรที่จะใช้ทรัพยากรใน สถาบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด	

จากตาราง 3.8 เป็นการแสดงตัวแปรจาก VRIO Framework และศึกษาความหมายของตัวแปรแต่ละตัว เพื่อนำมาตั้งคำถามให้มีเนื้อหาที่ถูกต้องชัดเจน ก่อนจะนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริงจากผู้เชี่ยวชาญใน ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2556 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดย ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์ ปรับแก้ไข ได้ข้อคำถามดังนี้ (ภาคผนวก)

1. Value : คุณค่า หมายถึง การกำหนดคุณลักษณะสำคัญของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ทำให้ได้เปรียบหลักสูตรอื่น

คำถาม ตามความเห็นของท่าน หลักสูตรการจัดการธุรกิจ ควรมีคุณลักษณะสำคัญอะไรบ้างที่โดดเด่น

.....

.....

2. Rareness : หมายถึง ความหายาก เป็นเอกลักษณ์ ที่ผู้อื่นไม่มี

คำถาม ท่านคิดว่า เอกลักษณ์ของ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรชูประเด็นใดเพื่อสร้างความโดดเด่น

.....

.....

3. Imitability หมายถึง ความสามารถในการลอกเลียนแบบ

คำถาม ท่านคิดว่าหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรลงทุนด้านใดเพิ่มเติม เพื่อให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ

.....

.....

4. Organization หมายถึง ทรัพยากรที่มีของคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

คำถาม ท่านคิดว่าหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศควรนำทรัพยากรด้านใดมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับหลักสูตรอื่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่ถูกรวบรวม วิเคราะห์ แปรผลเอาไว้แล้วจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหอสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา
2. ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นนิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้ปฏิบัติงาน และจบปริญญาตรีแล้วจำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน โดยมี ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล



ภาพที่ 3.2 Collecting workflow

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะประกอบด้วย 2 ประเภท ตามรูปแบบของแบบสอบถาม ดังนี้
แบบสอบถามเชิงปริมาณ จะใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลในด้านความต้องการในหลักสูตร ความต้องการในคุณค่าของหลักสูตร และ
ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

แบบสอบถามเชิงคุณภาพ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ในการวิเคราะห์คำตอบใน
เรื่อง กรอบการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญขององค์การ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง “การศึกษาความต้องการในการศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตร โดยข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากนิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม และผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมอื่นๆ และศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านสถิติและสร้างตารางข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์จะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	180	39.0
	หญิง	281	61.0
	รวม	461	100.0
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	26	5.6
	20 – 25 ปี	311	67.5
	26 – 30 ปี	67	14.5
	31 – 35 ปี	31	6.7
	36 – 40 ปี	18	3.9
	41 – 45 ปี	5	1.1
	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	3	0.7
	รวม	461	100.0
สถานภาพ	โสด	426	92.4
	สมรส	31	7.6
	รวม	461	100.0

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	กำลังศึกษา	59	
	ระดับอุดมศึกษา		12.8
	ปริญญาตรี	363	78.7
	ปริญญาโท	32	6.9
	สูงกว่าปริญญาโท	6	1.3
	อื่นๆ	1	0.2
	รวม	461	100.0
รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	89	19.3
	10,001 – 20,000 บาท	121	26.2
	20,001 – 30,000 บาท	121	38.0
	30,001 – 40,000 บาท	34	7.4
	40,001 – 50,000 บาท	13	2.8
	มากกว่า 50,000 บาท	29	6.3
	รวม	461	100.0

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 เพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 25 ปี จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 426 คน คิดเป็นร้อยละ 92.4 สถานภาพสมรส จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 เมื่อพิจารณาที่ระดับการศึกษา พบว่า จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 และเมื่อพิจารณาถึงรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	180	39.0
ธุรกิจส่วนตัว	37	8.0
รัฐวิสาหกิจ	7	1.5
ข้าราชการ	2	0.4
พนักงานบริษัท	76	16.5
นักวิชาการ	6	1.3
ทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	153	33.2
รวม	461	100

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 พนักงานบริษัท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 นักวิชาการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ข้าราชการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของอาชีพ จำแนกตามความสอดคล้องของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจนำเที่ยว/ตัวแทนการท่องเที่ยว	138	29.9
ธุรกิจสายการบิน	64	13.9
ธุรกิจที่พักแรม	157	34.1
ธุรกิจภัตตาคาร	34	7.4
ธุรกิจการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	45	9.8
ธุรกิจบันเทิง	18	3.9
อื่นๆ	9	2.0
รวม	461	100

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจโรงแรม จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา ธุรกิจนำเที่ยว/ตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ธุรกิจสายการบิน จำนวน 64 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.9 ธุรกิจการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ธุรกิจภัตตาคาร จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งเงินทุนการศึกษา

แหล่งเงินทุนการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนส่วนตัว	138	29.9
เงินทุนจากสถานที่ทำงาน	64	13.9
เงินทุนจากหน่วยงานอื่น เช่น ภาครัฐ	157	34.1
อื่นๆ	9	2.0
รวม	461	100

ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งเงินทุนการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเงินทุนส่วนตัว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมา คือ เงินทุนจากหน่วยงานอื่น เช่น ภาครัฐ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 เงินทุนจากสถานที่ทำงาน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และแหล่งเงินทุนการศึกษาอื่น ๆ จำนวน 9 คน เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน

แผนการเรียน	จำนวน	ร้อยละ
แผนการเรียนที่เลือกทำวิทยานิพนธ์	148	32.1
แผนการเรียนที่เลือกไม่ทำวิทยานิพนธ์	313	67.9
รวม	461	100

ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนการเรียน พบว่า แผนการเรียนที่เลือกไม่ทำวิทยานิพนธ์ จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 แผนการเรียนที่เลือกทำวิทยานิพนธ์ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาต่างๆ ในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ

ตารางที่ 4-6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเสริมพื้นฐาน
(n = 461 คน)

รายวิชาเสริมพื้นฐาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
การจัดการคุณภาพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว	3.72	0.565	มาก	1
สถิติเพื่อการวิจัยธุรกิจ	2.83	0.899	ปานกลาง	3
กฎหมายด้านการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว	3.05	0.873	ปานกลาง	2
โดยรวม	3.20	0.779	ปานกลาง	

ตารางที่ 4-6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเสริมพื้นฐาน โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 (S.D. = 0.779) และเมื่อพิจารณาเป็นรายวิชาพบว่า รายวิชาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยวิชาการจัดการคุณภาพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.72 (S.D. = 0.565) รองลงมา คือ วิชากฎหมายด้านการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 (S.D. = 0.873) และวิชาสถิติเพื่อการวิจัยธุรกิจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 2.83 (S.D. = 0.899)

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาบังคับ
(n = 461คน)

รายวิชาบังคับ	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
สัมมนากลยุทธ์การจัดการบุคคลและการจัดการข้ามวัฒนธรรม	3.50	0.727	มาก	7
นวัตกรรมบริการและการจัดการเทคโนโลยี	3.55	0.688	มาก	6
การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	3.65	0.619	มาก	2
การจัดการการตลาดระหว่างประเทศ	3.62	0.642	มาก	4
การบัญชีและการเงินเพื่อการจัดการ	3.18	0.921	ปานกลาง	9

รายวิชาบังคับ	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
การจัดการองค์การและการดำเนินธุรกิจ ท่องเที่ยวสมัยใหม่	3.63	0.629	มาก	3
กลยุทธ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	3.72	0.569	มาก	1
การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว	3.60	0.660	มาก	5
เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว	2.65	1.074	ปานกลาง	10
ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	3.49	0.755	ปานกลาง	8
โดยรวม	3.46	0.728	ปานกลาง	

ตารางที่ 4-7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาบังคับ พบว่า ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาบังคับ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 (S.D. = 0.728) และเมื่อพิจารณาเป็นรายวิชาพบว่า รายวิชาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลยุทธ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.72 (S.D. = 0.569) รองลงมา คือ วิชาการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 (S.D. = 0.619) วิชาการจัดการองค์การและการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (S.D. = 0.629) วิชาการจัดการการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D. = 0.642) วิชาการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (S.D. = 0.660) วิชานวัตกรรมบริการและการจัดการเทคโนโลยี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (S.D. = 0.688) วิชาสัมมนากลยุทธ์การจัดการบุคคลและการจัดการข้ามวัฒนธรรม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (S.D. = 0.727) วิชาระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (S.D. = 0.755) วิชาการบัญชีและการเงินเพื่อการจัดการซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D. = 0.921) และวิชาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมี คือ วิชาการจัดการการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์การมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 (S.D. = 1.013) และวิชาเศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 (S.D. = 1.074)

ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเลือก (n = 461คน)

รายวิชาเลือก	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการ ท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์	3.42	0.932	ปานกลาง	9
การจัดการงานประชุม นิทรรศการ และการ ท่องเที่ยว	3.55	0.702	มาก	8
การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างตรา สินค้า	3.63	0.649	มาก	5
ฝรั่งเศสศึกษาสำหรับการท่องเที่ยว	3.39	0.868	ปานกลาง	10
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการวิเคราะห์	3.61	0.658	มาก	6
สัมมนาการท่องเที่ยวอาเซียน	3.69	0.586	มาก	1
สัมมนาการท่องเที่ยวยุโรป	3.65	0.635	มาก	3
สัมมนาเชิงปฏิบัติการอย่างมืออาชีพ ด้านการท่องเที่ยว	3.65	0.635	มาก	3
การเจรจาต่อรองในธุรกิจท่องเที่ยว	3.66	0.655	มาก	2
การศึกษาอิสระ	3.60	0.705	มาก	7
โดยรวม	3.59	0.702	มาก	

ตารางที่ 4-8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรายวิชาเลือก โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 (S.D. = 0.702) และเมื่อพิจารณาเป็นรายวิชา พบว่า รายวิชาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยวิชาสัมมนาการท่องเที่ยวอาเซียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.69 (S.D. = 0.586) รองลงมา คือ วิชาการเจรจาต่อรองในธุรกิจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.655) วิชาสัมมนาการท่องเที่ยวยุโรป และวิชาสัมมนาเชิงปฏิบัติการอย่างมืออาชีพด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.65 (S.D. = 0.635) วิชาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (S.D. = 0.649) วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (S.D. = 0.658) วิชาการศึกษาอิสระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (S.D. = 0.705) วิชาการจัดการงานประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (S.D. = 0.702) วิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 (S.D. = 0.932) และวิชาฝรั่งเศสศึกษาสำหรับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.39 (S.D. = 0.868)

ตารางที่ 4-9 ลำดับความสนใจเรียนวิชาภาษาต่างประเทศ (n = 461คน)

วิชาภาษาต่างประเทศ	จำนวนผู้เลือก	ลำดับ
จีน	387	1
มาเลเซีย	31	4
รัสเซีย	110	3
ญี่ปุ่น	331	2

ตารางที่ 4-9 แสดงลำดับความสนใจเรียนวิชาภาษาต่างประเทศของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในวิชาภาษาจีน มากที่สุด รองลง คือ ภาษาญี่ปุ่น ภาษารัสเซีย และภาษามาเลเซีย ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตร

ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตร (n = 461คน)

คุณค่าของหลักสูตร	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับที่
เป็นผู้บริหารที่วินัย ตรงต่อเวลา มี ความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม	3.72	0.585	มาก	4
มีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นปกตินิสัย	3.74	0.560	มาก	3
ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม	3.72	0.585	มาก	4
เข้าใจ วิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านการ จัดการธุรกิจได้	3.70	0.582	มาก	6
สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์ใน หน้าที่การงานได้	3.76	0.538	มาก	2
เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่ เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการ จัดการธุรกิจได้	3.69	0.590	มาก	7

คุณค่าของหลักสูตร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับที่
ทักษะการใช้ภาษาไทย	3.66	0.645	มาก	9
ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ	3.78	0.535	มาก	1
ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บข้อมูล และนำเสนอ	3.68	0.588	มาก	8
ทักษะการใช้หลักคณิตศาสตร์ ในการวิเคราะห์และนำเสนอ	3.52	0.785	มาก	10
โดยรวม	3.70	0.597	มาก	

ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตร พบว่าคุณค่าของหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.597) และเมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.78 (S.D. = 0.535) รองลงมา คือ สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์ในหน้าที่การงานได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (S.D. = 0.538) มีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นปกตินิสัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (S.D. = 0.560) เป็นผู้บริหารที่วินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม และปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.585) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของ การจัดการธุรกิจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.582) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการจัดการธุรกิจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D. = 0.590) ทักษะ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บข้อมูล และนำเสนอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 (S.D. = 0.588) ทักษะ การใช้ภาษาไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.645) และทักษะการใช้หลักคณิตศาสตร์ ในการวิเคราะห์และนำเสนอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.52 (S.D. = 0.785)

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านหลักสูตร (n = 461คน)

ความคาดหวังด้านหลักสูตร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับที่
สร้างหลักสูตรตามความต้องการของภาคเอกชนและภาคอุตสาหกรรม	3.65	0.622	มาก	2
หลักสูตรเน้นด้านบูรณาการและพัฒนาศักยภาพด้านการประดิษฐ์	3.57	0.685	มาก	4
ให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กร	3.65	0.622	มาก	2
เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เช่น นวัตกรรมและเทคโนโลยี	3.71	0.558	มาก	1
โดยรวม	3.64	0.623	มาก	

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านหลักสูตรจากการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ด้านการจัดการมหาบัณฑิต เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 (S.D. = 0.623) โดยมีความคาดหวังในการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เช่น นวัตกรรมและเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.71 (S.D. = 0.558) รองลงมา คือ การให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กร และการสร้างหลักสูตรตามความต้องการของภาคเอกชนและภาคอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.65 (S.D. = 0.622) และหลักสูตรเน้นด้านบูรณาการและพัฒนาศักยภาพด้านการประดิษฐ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.57 (S.D. = 0.685)

ตารางที่ 4-12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
แห่งชาติจากการศึกษา (n = 461 คน)

ความคาดหวังด้านกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับที่
สถาบันของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล	3.74	0.562	มาก	1
มุ่งมั่นที่ผลการเรียนของผู้เรียน	3.62	0.684	มาก	2
รับประกันการเรียนรู้เชิงคุณภาพขั้นต่ำ	3.60	0.673	มาก	4
สร้างทักษะให้แก่ผู้เรียนครบทั้ง 5 ด้าน คือ				
- ด้านความรู้	3.61	0.926	มาก	3
- ด้านทักษะทางปัญญา	3.60	0.932	มาก	4
- ด้านคุณธรรม จริยธรรม	3.60	0.937	มาก	4
- ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	3.60	0.929	มาก	4
- ด้านทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และ เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.58	0.939	มาก	8
โดยรวม	3.62	0.823	มาก	

ตารางที่ 4-12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จากการศึกษาระดับปริญญาโท ด้านการจัดการมหาบัณฑิต เมื่อพิจารณาเป็น
ประเด็น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D. = 0.823) โดยมีความหวังในสถาบันของ
ไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.74 (S.D. = 0.562) รองลงมา คือ การมุ่งมั่นที่
ผลการเรียนของผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D. = 0.684) ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 3.61 (S.D.
= 0.926) การรับประกันการเรียนรู้เชิงคุณภาพขั้นต่ำ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านคุณธรรม จริยธรรม และ
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.60 (S.D. = 0.673 , 0.932 ,
0.937 , 0.929) และด้านทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ
3.58 (S.D. = 0.939)

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านผลิตผล และผลลัพธ์ (n = 461คน)

ความคาดหวังด้านผลิตผล และผลลัพธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับที่
ผลิตผล				
- ผู้เรียนได้รับความรู้จากสถาบันอย่างกว้างขวาง	3.56	0.942	มาก	2
- ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และปฏิบัติได้จริงในสายอาชีพของตน	3.61	0.922	มาก	1
ผลลัพธ์				
- ผู้เรียนสามารถนำความรู้ความสามารถเพื่อดำรงตำแหน่ง	3.56	0.926	มาก	2
- นักวิชาการ/นักวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ	3.50	0.966	มาก	6
- ผู้จัดการโครงการ/ผู้จัดการทั่วไป	3.52	0.950	มาก	4
- เป็นผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจ	3.52	0.961	มาก	4
โดยรวม	3.55	0.944	มาก	

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังด้านผลิตผล และผลลัพธ์จากการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ด้านการจัดการมหาบัณฑิต เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (S.D. = 0.944) โดยมีความหวังให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และปฏิบัติได้จริงในสายอาชีพของตน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.61 (S.D. = 0.922) รองลงมา คือ มีความหวังให้ผู้เรียนได้รับความรู้จากสถาบันอย่างกว้างขวาง และผู้เรียนสามารถนำความรู้ความสามารถเพื่อดำรงตำแหน่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.56 (S.D. = 0.942 , 0.926) เป็นผู้จัดการโครงการ/ผู้จัดการทั่วไป และเป็นผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.52 (S.D. = 0.950 , 0.961) และเป็นนักวิชาการ/นักวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.50 (S.D. = 0.966)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กรอบทรัพยากรสำคัญขององค์การเรียกว่า VRIO framework ซึ่งประกอบด้วย 1)Value (คุณค่า) 2)Rareness (ความหายาก) 3)Iimitability (ความสามารถในการลอกเลียน) 4)Organization (องค์การ)

Value คุณค่า

คำถาม1 :ตามความเห็นของท่าน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรมีคุณลักษณะสำคัญอะไรบ้างที่โดดเด่น

คุณมยุรา: เป็นวิชาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เฉพาะทาง และเป็นวิชาชีพที่เปิดกว้างสามารถเปิดให้ผู้สนใจเข้ามาเรียนได้

คุณบุณทริก: จะเป็นการเน้นที่ให้มีการเรียนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทั้งในวิถีชุมชน สิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น ควรมีการวิเคราะห์ วิจัยตัวอย่างเพื่อที่จะสามารถเห็นแนวทางและนำไปต่อยอดได้

ศ.อัจฉรา: ต้องดูว่าหลักสูตรทางด้านการท่องเที่ยวมีสถาบันใดเปิดสอนอยู่แล้วบ้าง ต้องศึกษาดูคู่แข่งว่ามีใครเปิดเหมือนบ้าง นอกจากนี้เนื้อหาหลักสูตรควรดูราคาด้วยการไปต่างประเทศอาจจะเสียค่าใช้จ่ายมากเกินไป โดยต้องวิเคราะห์ภายในองค์การของเราก่อนว่าโดดเด่นด้านใด รวมถึงต้องดูความต้องการของลูกค้าและปรับหลักสูตรให้เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้า

อ.สัมพันธ์: คุณลักษณะสำคัญที่โดดเด่นคือเรื่องของ 1.การจัดการ 2.การแก้ไขปัญหาตัดสินใจ ในส่วนด้านคุณธรรมจำเป็นต้องสอดรับเข้าไปในทุกหลักสูตรอยู่แล้ว 3.ด้านคุณธรรม จริยธรรม ส่วนการจัดการต้องจัดการโดยภาพรวมทั้งหมดของวิชาการจัดการ คนที่เรียนปริญญาโททั้งหมดคือเรียนวิชาการจัดการ โดดเด่นแท้แล้วคือเราต้องการให้ผู้เรียนเป็นผู้นำแล้ว และเมื่อเป็นผู้นำคุณต้องมีหลักสูตรการจัดการ

การจัดการนั้นในส่วนของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มีคุณลักษณะเฉพาะผิดกับหลักสูตรอื่นอยู่ตรงที่ว่า ผู้เรียนต้องเรียนรู้การจัดการในภาวะวิกฤต จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มคำตอบออกได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 :เป็นวิชาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้จริงเฉพาะทาง (มยุรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “นำไปใช้ได้จริง”

กลุ่มที่ 2 : เน้นให้มีการเรียนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น (บุณทริก) สรุปจึงให้ชื่อว่า “การเรียนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน”

กลุ่มที่ 3 : มีการวิเคราะห์ วิจัยตัวอย่างเพื่อที่จะสามารถเห็นแนวทางและนำไปต่อยอดได้ (บุณทริก) สรุปจึงให้ชื่อว่า “มีแนวทางการนำไปต่อยอดได้”

กลุ่มที่ 4 : ศึกษาความต้องการของลูกค้าและปรับหลักสูตรให้ตรงความต้องการของลูกค้า (อัจฉรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ปรับปรุงตามความต้องการของผู้เรียน”

กลุ่มที่ 5 : ควรเน้นด้าน การจัดการ การแก้ไขปัญหาตัดสินใจ รวมถึงการมีคุณธรรมและจริยธรรม (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “การแก้ไขปัญหาและตัดสินใจ”

กลุ่มที่ 6 : เน้นการสอนให้ผู้เรียนเป็นผู้นำ ผู้เรียนต้องเรียนรู้การจัดการในภาวะวิกฤต (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “สามารถเป็นผู้และจัดการภาวะวิกฤตได้”

Rareness ความหายาก

คำถาม 2 : ท่านคิดว่า เอกลักษณะของ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรชูประเด็นใดเพื่อสร้างความโดดเด่น

คุณมยุรา: ชูที่ตัวผู้เรียน คือมุ่งส่งเสริม จริยธรรมให้แก่ผู้เรียน สามารถตระหนักได้ว่าเรียนแล้วนำไปใช้อะไรได้บ้าง มีจริยธรรมในวิชาชีพของตนเอง คือมุ่งชูที่ตัวผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาออกมา

คุณบุญชริก: มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่เน้นความเป็นผู้นำควรตั้งประเด็นอาเซียนเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นการสร้างเครือข่ายในระดับอาเซียน ซึ่งจะทำให้ผู้เข้ามาเรียนไม่ใช่แค่ได้ความรู้แต่ยังได้รับเครือข่ายอีกด้วย

ศ.อัจฉรา: ดูว่ามีความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้างของภาครัฐในด้านการท่องเที่ยวหรือการโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นสมาคมใดๆก็ตาม และนำ AEC เข้ามาคือการท่องเที่ยวในภูมิภาคหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน Asian

อ.สัมพันธ์: ประเด็นแรกคือ 2 ประเด็น ประเด็นที่สองคือ การมีประสบการณ์ในต่างประเทศ 1 ภาคการศึกษา ประเด็นที่3 ได้ความรู้เพิ่มเติม

จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มคำตอบออกได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : การมุ่งส่งเสริมจริยธรรมให้แก่ผู้เรียน ชูตัวผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วว่ามีจริยธรรม (มยุรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ผู้ที่เข้ามาเรียนมีจริยธรรมในวิชาชีพ”

กลุ่มที่ 2 : มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในระดับอาเซียน(AEC) (บุญชริก) มีความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้างของภาครัฐในด้านการท่องเที่ยว (อัจฉรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “มีเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับอาเซียน”

กลุ่มที่ 3 : ได้รับ 2 ประเด็น (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ได้รับ 2 ประเด็น”

กลุ่มที่ 4 : การมีประสบการณ์ในต่างประเทศ (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ประสบการณ์ในต่างประเทศ”

Imitability ความสามารถในการลอกเลียน

คำถาม 3 : ท่านคิดว่าหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรลงทุนด้านใดเพิ่มเติม เพื่อให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ

คุณมยุรา : ลงทุนที่ตัวผู้เรียน ผู้เรียนจะต้องมีต้นทุนสูงคือสามารถใช้ภาษาได้ 2-3 ภาษา เมื่อไม่นับรวมภาษาอังกฤษ และมีการเรียนรู้จากสถานที่จริง ลงทุนด้านตัวอาจารย์ นำอาจารย์มาสอนภาษาให้แก่ผู้เรียน เพิ่มศักยภาพด้านภาษาให้มากขึ้น อาจารย์ที่เข้ามาสอนต้องมีประสบการณ์จริง ให้นักเรียนสามารถนำสิ่งที่อาจารย์สอนนำมาปฏิบัติจริง ไม่ใช่แค่สอนตามหนังสือทฤษฎี

คุณบุญชริก: ควรมีการพัฒนาซอฟต์แวร์เครือข่ายให้สามารถใช้งานได้จริง สร้างเครือข่าย นำระบบ IT เข้ามาสร้างเครือข่ายมหาวิทยาลัยและองค์กรชั้นนำด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในอาเซียน จะใช้วิธีการทำงานผ่านเครือข่าย สร้างเครือข่ายให้แข็งแรง ใช้ข้อมูลต่าง ๆ รวมกันผ่านทางเครือข่ายที่สร้าง

ศ.อัจฉรา: ทุกหลักสูตรนั้นสามารถลอกเลียนแบบได้ จึงควรที่จะปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมตามกาลเวลา เพราะหลักสูตรการศึกษาจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

อ.สัมพันธ์: ในความเป็นจริงแล้วหลักสูตรทุกหลักสูตรสามารถลอกเลียนแบบได้หมด ระบบการศึกษา นั้นเราไม่อนุญาตให้มีการสงวนลิขสิทธิ์ ความรู้เราสามารถลอกเลียนกันได้ แต่ไม่ใช่ลอกไปจำหน่าย ถ้าหลักสูตร เรามีสู่คนอื่นลอกเลียน ก็แสดงว่าหลักสูตรของเราเป็นหลักสูตรที่ดีมีมาตรฐานผู้อื่นจึงอยากลอกเลียน จึงไม่ควรหา มาตรการที่กีดกันผู้อื่นลอกเลียนแบบ จงภาคภูมิใจถ้ามีผู้อื่นลอกเรียน

จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มคำตอบออกได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : ลงทุนในตัวผู้เรียน สอนภาษาให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาได้ 2-3 ภาษา (มยุรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านผู้เรียน”

กลุ่มที่ 2 : อาจารย์ต้องมีประสบการณ์จริงที่ถ่ายทอดให้ผู้เรียนได้ (มยุรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านอาจารย์”

กลุ่มที่ 3 : สร้างระบบเครือข่ายที่มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ ร่วมกันได้ ผ่านทางเครือข่าย (บุณชริก)สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านการสร้างระบบเครือข่าย”

กลุ่มที่ 4 : หลักสูตรสามารถลอกเลียนแบบได้ ควรพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมตามเวลา (อัจฉรา) ถ้ามีผู้ลอก เลียนแสดงว่าหลักสูตรเรามีมาตรฐานที่ดี (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “สามารถลอกเลียนได้”

Organization องค์กร

คำถาม 4 : ท่านคิดว่า คณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรนำทรัพยากรด้านใดมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับ หลักสูตรอื่น

คุณมยุรา: นำทรัพยากรคือตัวอาจารย์ ที่มีความสามารถในคณะเข้ามาสอนในหลักสูตรอาจารย์เป็น ทรัพยากรที่คณะมีอยู่แล้วจะสามารถนำมาสร้างความได้เปรียบได้

คุณบุณชริก: ดึงจุดเด่นด้านได้ปริญญา 2 ใบ ไปเรียนประเทศอื่นด้วย นำผู้ที่มีการติดต่อกับเราอยู่แล้ว ที่เป็นคนมีประสบการณ์จากบริษัทในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว นำเข้ามาถ่ายทอดประสบการณ์ จริงให้แก่ผู้เรียนได้รับรู้

อ.สัมพันธ์: ประเด็นแรกคือการเน้นความมีคุณค่าของตัวหลักสูตร ดังนั้นราคาของหลักสูตรจึงต่ำไม่ได้ อาจจะต้องสูงขึ้นอีกเพื่อเน้นคุณค่า และหาทุนการศึกษาให้ทดแทน ประเด็นที่สองต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ ให้เห็นภาพของการที่ผู้เรียนได้ประโยชน์ในการเรียนหลักสูตรนี้ ในด้านการนำทรัพยากรนั้น หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ได้ นำผู้ที่มีประสบการณ์เข้ามาสอน อยู่แล้ว เช่น วิชากฎหมายก็ควรนำผู้ที่ทำกฎหมายโดยตรงมาสอน วิชาอื่นก็เช่นกัน ก็ควรหาผู้ที่มีประสบการณ์ มาบรรยายให้ผู้เรียนฟังอย่างน้อย 1 คาบเรียน คือการที่สามารถนำทรัพยากรบุคคลเข้ามาบรรยายเป็นครั้ง คราวในวิชาทั่วไป อย่างน้อย 1 ครั้งต่อหลักสูตร ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนโดยตรง

ศ.อัจฉรา: ใช้วิชาเรียนร่วมกันเช่น วิจัยธุรกิจ และสถิติเพื่อการวิจัย เพื่อประหยัดทรัพยากรรวมถึงมี การร่วมมือกันภายในก่อนรวมถึงเวลาที่เปิดสอนควรจัดหาเวลาเปิดการเรียนให้เหมาะสม ลูกค้าอาจไม่มีเวลา มาเรียน เพราะผู้ที่ทำธุรกิจการท่องเที่ยวอาจจะไม่ว่าง ควรเรียกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาคุยถึงวิธีการเรียน

การสอนเค้าต้องการแบบไหน ถึงจะได้มาซึ่งการออกแบบหลักสูตรที่ผสมผสานกัน หรืออาจจะต้องมีการเรียนการสอนแบบ Online

จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มคำตอบออกได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : อาจารย์ที่มีความสามารถอยู่แล้วในคณะ (มยุรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านอาจารย์”

กลุ่มที่ 2 : หลักสูตรปริญญา 2 ใบ (บุญทริก)เน้นคุณค่าของหลักสูตรราคาจึงต้องสูง (สัมพันธ์)เปิดเวลาเรียนที่เหมาะสมคิดว่าผู้เรียนต้องการเรียนแบบไหนแล้วออกแบบหลักสูตรให้เป็นที่ต้องการ (อัจฉรา)สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านคุณค่าของหลักสูตร”

กลุ่มที่ 3 : ประชาสัมพันธ์ให้เห็นภาพของการที่ผู้เรียนได้ประโยชน์ในการเรียนหลักสูตร (สัมพันธ์)สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านการประชาสัมพันธ์”

กลุ่มที่ 4 : ผู้ที่มีประสบการณ์ที่มีการติดต่อกับคณะนำมาให้ความรู้แก่ผู้เรียน (บุญทริก) นำผู้ที่มีประสบการณ์ในแต่ละวิชาบรรยายให้ผู้ฟังเป็นครั้งคราว (สัมพันธ์) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านบุคคลภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับคณะ”

กลุ่มที่ 5 : ใช้วิชาเรียนร่วมกัน เพื่อประหยัดทรัพยากร (อัจฉรา) สรุปจึงให้ชื่อว่า “ด้านใช้ทรัพยากรร่วมกับหลักสูตรอื่นในคณะ”

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

คุณมยุรา: ผู้ที่เรียนจบทุกคนควรมีโอกาสฝึกงาน ต้องมีความรู้ว่าจะต้องเตรียมตัวทำอะไรบ้าง รู้ศักยภาพของตนเอง และควรนำผู้ประกอบการไปคุยกับผู้เรียนว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการนั้นต้องการจากผู้ที่จะเข้ามาอยู่ในองค์กรของเขานั้นคืออะไรบ้าง

คุณบุญทริก: ในการสร้างเครือข่าย ควรให้ภาคประกอบการกับภาคการศึกษาให้มีการเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นอย่างมากขึ้นจะช่วยทำให้การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถสร้างออกมาได้มาก

อ.สัมพันธ์ : การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรควรเน้นในเรื่องนี้เพราะการประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรการท่องเที่ยวยังน้อยอยู่มาก แต่การประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ นั้นดีอยู่แล้ว ควรต้องเน้นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก

ศ.อัจฉรา: ในตอนนี้ประเทศไทยได้รับความนิยมต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Medical tourism) น่าจะมีการสอนในวิชาทางด้านนี้ด้วย และวิชาการจัดการคุณภาพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว (Service Quality management for Tourism) ทำไม่ไม่เป็นวิชาบังคับ ทำไมไปลงในวิชาเสริมพื้นฐานในหลักสูตรก่อนออกแบบหลักสูตรน่าจะทำการวิเคราะห์ 3C ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่ง และองค์กรของเราก่อนและถึงจะออกแบบหลักสูตร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเช่นเป็นแบบส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น และแบบกลุ่มน้อยลง เช่นการไปญี่ปุ่นก็มี Package กันเอง หรือแบบ Small Group และกางแผนที่นำเที่ยวกันเอง บริษัทท่องเที่ยวก็อาจจะน้อยลง

จากข้อเสนอแนะต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ที่เข้ามาเรียนต้องได้ฝึกงานจริง และควรรู้ว่าสถานประกอบการต้องการอะไรจากผู้ที่จะจบแล้วจะเข้ามาปฏิบัติงานภายในองค์กร สรุปจึงให้ชื่อว่า “เข้าทำงานได้จริงตามที่องค์กรต้องการให้ทำ”

2. ภาคประกอบการและภาคการศึกษาควรมีการสร้างเครือข่ายร่วมกัน จะได้รับรู้สถานการณ์จริงว่า การท่องเที่ยวเป็นอย่างไรและจะได้นำเอาไปปรับการเรียนการสอนในหลักสูตรสรุปจึงให้ชื่อว่า “ปรับหลักสูตรไปตามสถานการณ์การท่องเที่ยวจริง”

3. หลักสูตรการท่องเที่ยวควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้ที่ต้องการเรียน หรืออาจยังไม่มีความต้องการเพื่อสร้างความต้องการเรียนในอนาคตสรุปจึงให้ชื่อว่า “เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง”

4. ในการจัดทำหลักสูตรควรเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ 3C ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่ง และองค์การ ก่อนเป็นอันดับแรกเพื่อให้รู้ศักยภาพของตนเองว่าตนเองอยู่ในตำแหน่งไหน ดูความต้องการของผู้เรียน จึงจะออกแบบหลักสูตรออกมาได้ตามความต้องการ สรุปจึงให้ชื่อว่า “ทำการวิเคราะห์ 3C”

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การศึกษาความต้องการในการศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตร โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณได้จากนิสิตระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยบูรพา 180 ชุด ผู้ที่ทำงานและจบปริญญาตรี 281 ชุด และข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านสถิติโดยผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

สรุปข้อมูลเชิงปริมาณ

สรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 2 อภิปรายผล

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

สรุปข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยรวมต่อความต้องการที่มีต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 25 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เป็นนักศึกษา และคนทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในธุรกิจพักรม หากจะศึกษาต่อใช้เงินทุนส่วนตัว โดยมีความต้องการที่มีต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการในการเรียนแบบไม่ทำวิทยานิพนธ์

ความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในการเพิ่มพูนความรู้สำหรับความก้าวหน้าในอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในรายวิชาเสริมพื้นฐานในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับวิชาการจัดการคุณภาพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุด

ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในรายวิชาบังคับในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับวิชากลยุทธ์
ท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากที่สุด และความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในรายวิชาเลือกในระดับมาก และให้
ความสำคัญกับวิชาสัมมนาการท่องเที่ยวอาเซียนมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในการเรียนภาษาต่างประเทศเพิ่มเติม สำหรับเพิ่มเติมพจนานุกรม
เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน มีความสนใจในการศึกษาภาษาจีนในระดับมากที่สุด

ในส่วนของข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ
สำหรับการเปิดหลักสูตร ส่วนใหญ่ คือ มีหัวข้อหรือประเด็นหรือเนื้อหาที่น่าสนใจหลายประเด็น และอื่นๆ
ประกอบด้วย สามารถนำมาพัฒนาสายงานการผลิตสามารถนำหลักการสื่อสารที่ดี ถูกต้องไปใช้ในการทำงาน
ได้จริงการวิจัยน่าสนใจสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ของสาขานี้หลักสูตรมีความหลากหลายมีผลต่อการ
บริหารงานเป็นอย่างดีเมื่อเรียนจบหลักสูตรแล้วสามารถทำธุรกิจได้เป็นหลักสูตรที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของ
ตนเองได้ดีมีความน่าเชื่อถือเรียนวิชาบังคับ และวิชาเลือกจะได้เนื้อหามากกว่าการทำวิทยานิพนธ์ไม่ชอบให้มี
การทำวิทยานิพนธ์/งานนิพนธ์เป็นหลักสูตรที่คนส่วนใหญ่เรียนได้ เพราะเป็นสาขาที่หลายๆ อาชีพต้องการ
และมีการค้นคว้าแบบอิสระ

สรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ

สืบเนื่องจากบทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจาก
ผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวจำนวน 4 คน โดยจำแนกออกเป็นประเด็น ๆ ดังนี้

Value คุณค่า พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นโดยแจกแจงประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้ นำไปใช้ได้จริง
คิดเป็นร้อยละ 16.67 การเรียนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคิดเป็นร้อยละ 16.67 มีแนวทางการนำไปต่อยอด
ได้คิดเป็นร้อยละ 16.67 ปรับปรุงตามความต้องการของผู้เรียนคิดเป็นร้อยละ 16.67 การแก้ไขปัญหาและ
ตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 16.67 และสามารถเป็นผู้และจัดการภาวะวิกฤติได้คิดเป็นร้อยละ 16.67 ซึ่งตอบ
ออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ไม่ซ้ำกันออกไป

Rareness ความหายาก พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า มีเครือข่ายกับหน่วยงาน
ต่าง ๆ ในระดับอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 40 ผู้ที่เข้ามาเรียนมีจริยธรรมในวิชาชีพคิดเป็นร้อยละ 20 ได้รับ 2
ปริญญาคิดเป็นร้อยละ 20 และประสบการณ์ในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 20

Imitability ความสามารถในการลอกเลียน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นไว้เป็นคนละประเด็น
ดังนี้ ด้านผู้เรียนคิดเป็นร้อยละ 25 ด้านอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 25 ด้านการสร้างระบบเครือข่ายคิดเป็นร้อยละ
25 และสามารถลอกเลียนได้คิดเป็นร้อยละ 25

Organization องค์การ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นไว้เป็นประเด็น ๆ ดังนี้ ด้านอาจารย์คิด
เป็นร้อยละ 20 ด้านคุณค่าของหลักสูตรคิดเป็นร้อยละ 20 ด้านการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 20
ด้านบุคคลภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับคณะคิดเป็นร้อยละ 20 และด้านใช้ทรัพยากรร่วมกับหลักสูตรอื่นใน
คณะคิดเป็นร้อยละ 20

ตอนที่ 2 อภิปรายผล

การศึกษาเพื่อทราบความต้องการในการศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความต้องการในการศึกษาต่อ และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

โดยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณได้แสดงผลว่าความต้องการในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มีความต้องการศึกษาเพื่อประกอบอาชีพในเชิงอุตสาหกรรมมากกว่าเพื่อทำงานในเชิงวิชาการ ดังนั้น ในหลักสูตรควรจะต้องมีองค์ประกอบของรายวิชาที่มีความสอดคล้องต่อการประกอบอาชีพ และส่งเสริมในการทำงานจริง นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้ทำการศึกษาทฤษฎี Resource Based Theory ของ Barney โดยใช้กรอบทรัพยากรสำคัญขององค์กรเรียกว่า VRIO framework ซึ่งมีด้วยกัน 4 ตัวแปรเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยทำการสรุปแต่ละประเด็นได้ดังนี้

Value (คุณค่า)

สิ่งที่องค์กรต้องใช้จุดอ่อนและจุดแข็ง เพื่อแสวงหาประโยชน์จากโอกาสและลบล้างอุปสรรค ถึงแม้ว่าทรัพยากรสามารถเข้าถึงปัจจัยแวดล้อมได้หลายทางแต่ถ้าไม่สามารถสร้างคุณค่าได้ ศักยภาพทางการได้เปรียบก็ไม่เกิดขึ้นด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรด้านคุณค่ามาประยุกต์เพื่อใช้หาคุณค่าของหลักสูตรโดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อทำการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นแต่ละประเด็น ๆ ที่สำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์คุณค่าในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศประเด็นที่สำคัญจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าผู้เชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แสดงความคิดเห็นไว้หลายประเด็น ได้แก่ ต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง การเรียนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีแนวทางนำไปต่อยอดได้ ปรับปรุงตามความต้องการของผู้เรียน การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ และสามารถเป็นผู้จัดการภาวะวิกฤติได้ ซึ่งแต่ละประเด็นที่ได้จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น ถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดคุณค่าต่อหลักสูตรเพิ่มมากขึ้น ถือว่าเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันชั่วคราวเนื่องจากหลักสูตรต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงตลอดอยู่ตลอด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Eric TchouamouNjoya, Hans-Martin Niemeier, 2011) การวิจัยธุรกิจการขนส่งและการจัดการ :สายการบินต้นทุนต่ำสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับสนามบินหรือไม่ พบว่า LCC (สายการบินต้นทุนต่ำ) สะพาน GO เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและถ้าใช้ประโยชน์อย่างถูกต้องสามารถเพิ่มศักยภาพของความได้เปรียบในการแข่งขันชั่วคราว

สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านคุณค่าของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศแต่ละประเด็นนั้น สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร วิธีสอนที่สามารถนำไปใช้ได้จริง รวมถึงการให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับประสบการณ์จริงและสามารถแก้ไขปัญหาที่ ล้วนแต่เป็นการเพิ่มคุณค่าให้หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้เรียนได้มากที่สุด

Rareness ความหายาก

ความสามารถที่หายากที่เกิดขึ้นจากคู่แข่งชั้นน้อยราย ทรัพยากรภายในองค์กรที่มีคุณค่าจะถูกทำให้คุณค่าลดน้อยลงเมื่อคู่แข่งส่วนใหญ่มี ทรัพยากรเหมือนกันและสามารถใช้ประโยชน์เช่นเดียวกัน สุดท้ายก็เป็นเพียงแค่สร้างความเท่าเทียมในการแข่งขันมิใช่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรด้านความหายากหรือเอกลักษณ์มาประยุกต์เพื่อใช้หาเอกลักษณ์ของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดย การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทำการการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นแต่ละประเด็นๆ ที่สำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ในส่วนของการวิเคราะห์ความหายากหรือเอกลักษณ์ของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น ประเด็นที่ได้จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าการสอนให้ผู้เรียนมีจริยธรรมในวิชาชีพ การได้รับ 2 ปริญญา รวมถึงการมีประสบการณ์ในต่างประเทศ เป็นการสร้างความโดดเด่นแก่หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เน้นให้มีการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับอาเซียน โดยมุ่งเน้นที่การท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ถือเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์ ซึ่งถือเป็นการสร้างความแตกต่างที่มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งแก่หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศซึ่งสอดคล้องกับ (David Rechenthin, 2004) วารสารงานวิจัยด้านความปลอดภัย :ความปลอดภัยของโครงการเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน พบว่าโปรแกรมความปลอดภัยที่ประสบความสำเร็จจะสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยซึ่งถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งโปรแกรมความปลอดภัยจะสร้างความแตกต่างในทรัพยากรบุคคล

สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านความหายากหรือเอกลักษณ์ของหลักสูตร ด้วยความเห็นที่ว่า การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับอาเซียนรวมถึงเมื่อสำเร็จการศึกษาสิ่งที่ได้นอกจากใบปริญญาแล้วก็ได้เครือข่ายในระดับอาเซียนด้วยซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญในการสร้างเอกลักษณ์รวมถึงสามารถพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้โดดเด่นเหนือคู่แข่งด้วย

Imitability ความสามารถในการลอกเลียน

ต้นทุนการลอกเลียนแบบที่สูงเป็นผลทำให้บริษัทอื่นไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยง่าย ถึงแม้ว่าองค์กรจะเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกๆ พร้อมด้วยทรัพยากรที่หาได้ยากแต่ถ้าคู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเท่านั้นผู้วิจัยจึงนำตัวแปรด้านความสามารถในการลอกเลียนแบบมาประยุกต์เพื่อหาความได้เปรียบของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศว่าอยู่เหนือคู่แข่งอย่างไร รวมถึงการสร้าง ความได้เปรียบที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ โดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อทำการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญได้แสดง ความคิดเห็นแต่ละประเด็น ๆ ที่สำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อความสามารถในการลอกเลียนแบบนั้น พบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า หลักสูตรนั้นสามารถลอกเลียนได้ และไม่มี การสงวนลิขสิทธิ์ต่อหลักสูตร ซึ่งต่างจากประเด็นที่กล่าวถึงการลงทุนต่อตัวผู้เรียน ตัวอาจารย์ และการสร้างระบบเครือข่าย ที่เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อคู่แข่งที่ควรมีการลงทุนเพิ่มซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Eric TchouamouNjoya, Hans-Martin Niemeier, 2011) การวิจัยธุรกิจ การขนส่งและการจัดการ : สายการบินต้นทุนต่ำสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับสนามบินหรือไม่ พบว่า LCC (สาย การบินต้นทุนต่ำ) สะพานGOเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและถ้าใช้ประโยชน์อย่างถูกต้อง สามารถเพิ่มศักยภาพของความได้เปรียบในการแข่งขันชั่วคราว

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการลอกเลียนของหลักสูตรนั้น อาจสรุปได้ว่าหลักสูตรนั้นสามารถลอกเลียนแบบได้ แต่การจะสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งสามารถลงทุนเพิ่มโดยมุ่งเน้นที่ตัวผู้เรียน ตัวอาจารย์ และการสร้างระบบเครือข่าย เพื่อให้เกิดการลอกเลียนแบบที่ยากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่งที่ยากต่อการลอกเลียนแบบได้

Organization องค์กร

ความสามารถที่ทดแทนไม่ได้จะเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน นอกจากนี้ การจัดการองค์กรที่ดีและจำเป็นสำหรับการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมจากการสร้างโครงสร้างการทำงานที่อาศัยความร่วมมือที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดและการกระทำนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรด้านองค์กรมาประยุกต์เพื่อหาศักยภาพของทรัพยากรภายในองค์กรโดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อสร้างความได้เปรียบต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้อยู่เหนือคู่แข่งโดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อทำการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นแต่ละประเด็น ๆ ที่สำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ในส่วนของการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อองค์การ พบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นมุ่งเน้นที่เน้นด้านคุณค่าของหลักสูตร และด้านบุคคลภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับคณะรวมถึงประเด็นอื่น ได้แก่ มุ่งเน้นด้านอาจารย์ เน้นการประชาสัมพันธ์ เน้นด้านการใช้ทรัพยากรร่วมกับหลักสูตรอื่นในคณะ ซึ่งอาจจะลดต้นทุนขององค์การได้อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Eric TchouamouNjoya, Hans-Martin Niemeier, 2011) การวิจัยธุรกิจการขนส่งและการจัดการ : สายการบินต้นทุนต่ำสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับสนามบินหรือไม่ พบว่าการวิเคราะห์ LCTs โดยใช้กรอบ VRIO แสดงให้เห็นว่า Low – Cost Terminals (LCTs) เกิดจากการประหยัดค่าใช้จ่ายที่เป็นไปได้และเพิ่มเที่ยวบินรวมถึงรายได้จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อองค์การเป็นประเด็นส่วนใหญ่ที่ผู้เชี่ยวชาญมุ่งเน้นคือเน้นด้านคุณค่าของตัวหลักสูตร โดยการออกแบบหลักสูตรให้เป็นที่ต้องการของผู้เรียน และด้านบุคคลภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับคณะ โดยการเชิญผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ความสามารถโดยตรงมาบรรยายเป็นครั้งคราว ถือเป็นประเด็นที่สามารถเพิ่มศักยภาพต่อองค์การรวมถึงสร้างความได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. ควรมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ เพื่อเป็นการเรียนรู้รูปแบบใหม่ โดยพัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้ทันสมัย และสนับสนุนให้ผู้เรียนใช้นวัตกรรมให้มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการพัฒนาการเรียนการสอนแบบ bilingual โดยให้ผู้เรียนเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และเน้นการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและผู้บริโภค
3. ควรมีความร่วมมือกับองค์การอื่น โดยการสร้างหลักสูตรที่เป็น co-creation การสร้างเครือข่ายกับบุคคลภายนอก เพื่อนำมาบูรณาการทรัพยากร
4. พัฒนาอาจารย์ให้มีคุณภาพ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการสอนอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยในครั้งนี้อาจยังไม่สามารถประเมินคุณภาพของผู้ที่ต้องการจะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งหน้าควรจะทำวิจัยเชิงคุณภาพของผู้ที่สนใจจะเข้ามาเรียนต่อในปริญญาโทหลักสูตรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามความต้องการจริง
2. การทำวิจัยในครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มประชากรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ผู้ที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโรงแรมแต่มีความต้องการที่จะเรียนต่อและประชากรเพิ่มพื้นที่จังหวัดข้างเคียงเข้าไปบ้าง
3. การวิจัยครั้งนี้อาจจะต่อยอดเป็นวิจัยเชิงประยุกต์ได้นำเอาข้อมูลที่มีอยู่แล้วในขั้นตอนนี้ อาจนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรที่มีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- Barney J.B., Arian A. (2001). Resource-based view: origins and implications. In The Blackwell Handbook of Strategic Management, Hitt M, Freeman R, Harrison J (eds). Blackwell: Malden, MA; 124–18
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). การจัดการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชนิดา ศักดิ์ศิริสัมพันธ์. (2545). หน้าต่างสู่โลกกว้าง ท่องเที่ยวไทย.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรีนติ้งเฮาส์
- นันทนา ธรรมบุศย์. (2537). *จิตวิทยาธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- ทิตนา แคมมณี. (2553). *ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธำรงค์ศักดิ์ หมั่นจักร และศรีสง่า กรรณสูต. (ม.ป.ป.). *จิตวิทยาธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มณฑลการพิมพ์.
- เพชรรัตน์ วิริยะสิบพงศ์ และผู้วิจัย. (2555). การวิจัยและพัฒนาขยายโอกาสอุตสาหกรรมโรงแรมไทย. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา
- พิบูล ทีปะपाल. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์
- พูนศิริ วัชรภูมิ. *การจูงใจในการบริหาร*. ในเอกสารการสอนชุดจิตวิทยาบริหาร หน่วยที่ 3, พิมพ์ครั้งที่ 9. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช.
- มานพ สวามีชัย. (ม.ป.ป.). *จิตวิทยาธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : กราฟฟิคอาร์ต.
- ราณี อีสัยกุล. (2549). *การจูงใจบุคลากร*. ในเอกสารการสอนชุดวิชาของค์การและการจัดการงานบุคคล หน่วยที่ 4. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการจูงใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัทสามัคคีสาสน์ จำกัด.
- สุพาดา สิริกุดตา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ณิช กุลิสร์, ศุภินญา ญาณสมบุญ, เพชรรัตน์ มีสมบุญพูนสุข และจิตอุษา ชันทอง. (2549). *ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) แบบทวิภาษา (Bilingual) และภาคภาษาอังกฤษ (English Program) กรณีศึกษา : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552*.*
- อรุณ รักธรรม. (2545). การจูงใจในธุรกิจ. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมมนุษย์และจริยธรรมทางธุรกิจ หน่วยที่ 4. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช.

ภาคผนวก



แบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ตอนที่ 1 ความต้องการที่มีต่อหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

1. หากท่านต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Master of Management Program in International Tourism Management) ท่านต้องการเรียนแบบใด

- 1) เรียนแบบทำวิทยานิพนธ์ (แผนนี้จะมุ่งเน้นการวิจัย หรือศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก)
- 2) เรียนแบบไม่ทำวิทยานิพนธ์ (แผนนี้ต้องเรียนวิชาเอกเลือก และการค้นคว้าอิสระ แทนการทำวิทยานิพนธ์)

2. รายวิชาใดต่อไปนี้ ความเหมาะสมของรายวิชา ในการเพิ่มพูนความรู้สำหรับความก้าวหน้าในอาชีพการงานของท่าน

5 = เหมาะสมมากที่สุด 4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสมปานกลาง 2 = เหมาะสมน้อย 1 = เหมาะสมน้อยที่สุด

รายวิชา	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
วิชาเสริมพื้นฐาน					
1) การจัดการคุณภาพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว (Service Quality management for Tourism)					
2) สถิติเพื่อการวิจัยธุรกิจ (Business Statistics)					
3) กฎหมายด้านการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business Law)					
วิชาบังคับ					
1) สัมมนากลยุทธ์การจัดการบุคคลและการจัดการข้ามวัฒนธรรม (Seminar in Strategic Human Resources and Cross-Cultural Management)					
2) นวัตกรรมบริการและการจัดการเทคโนโลยี (Service Innovation and Technology Management)					
3) การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business Entrepreneurship)					

รายวิชา	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
4) การจัดการการตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing Management)					
5) การบัญชีและการเงินเพื่อการจัดการ (Account and Finance for Management)					
6) การจัดการองค์การและการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวสมัยใหม่ (Modern Tourism Organization and Operation Management)					
7) กลยุทธ์ธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Business Strategy)					
8) การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Logistics Management)					
9) เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว (Economic for Tourism Management)					
10) ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Business Research Methodology for Tourism)					
วิชาเลือก					
1) การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (Strategic Information System Management and E-tourism)					
2) การจัดการงานประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยว (Professional Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)					
3) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างตราสินค้า (Tourism Destination Management and Branding)					
4) ฝรั่งเศสศึกษาสำหรับการท่องเที่ยว (French Studies for Tourism)			1		1
5) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการวิเคราะห์ (Tourism Behavior and Analysis)					
6) สัมมนาการท่องเที่ยวอาเซียน (Seminar in ASEAN Tourism)					

รายวิชา	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
7) สัมมนาการท่องเที่ยวยุโรป (Seminar in European Tourism)					
8) สัมมนาเชิงปฏิบัติการอย่างมืออาชีพด้านการท่องเที่ยว (Professional Seminar in Tourism)					
9) การเจรจาต่อรองในธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business Negotiation)					
10) การศึกษาอิสระ (Independent Study)					

4. หากมีหลักสูตรภาษาต่างชาติหรือวิชาเรียนภาษาต่างชาติเพิ่มเติม ท่านคิดว่าภาษาใดที่ท่านต้องการเรียนรู้สำหรับเพิ่มพูนความรู้เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงานของท่าน และเหมาะแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับประเทศและนานาชาติ

- 1) จีน
- 2) มาเลเซีย
- 3) ญี่ปุ่น
- 4) รัสเซีย
- 5) อื่น ๆ(โปรดระบุ)

5. สิ่งที่ท่านคาดหวังจากการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ด้านการจัดการการท่องเที่ยว (International Tourism Management)

5 = คาดหวังมากที่สุด 4 = คาดหวังมาก 3 = คาดหวังปานกลาง 2 = คาดหวังน้อย 1 = คาดหวังน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
ด้านคุณธรรม จริยธรรม					
1) เป็นผู้บริหารที่วินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม					
2) มีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นปกตินิสัย					
3) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม					
4) อื่น ๆ ระบุ					
ด้านความรู้					
1) เข้าใจ วิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านการจัดการธุรกิจได้					
2) สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์ในหน้าที่การงานได้					
3) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการจัดการธุรกิจได้					
4) อื่น ๆ ระบุ					

รายการ	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
ด้านปัญญา					
1) มีความสามารถวิเคราะห์สถานการณ์จากหลักการที่เรียน					
2) สามารถแก้ปัญหาทางการจัดการธุรกิจได้ทุกระดับ					
3) มีความไม่หาคความรู้					
4) อื่น ๆ ระบุ.....					
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับความรับผิดชอบ					
1) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี					1
2) รู้หลักการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร					
3) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น					
4) การมีภาวะผู้นำ					
5) อื่น ๆ ระบุ					
ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1) ทักษะการใช้ภาษาไทย					
2) ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บข้อมูล และนำเสนอ					
3) ทักษะการใช้หลักคณิตศาสตร์ ในการวิเคราะห์และนำเสนอ					
4) ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ					
5) อื่น ๆ ระบุ					

ตอนที่ 2 แสดงความคิดเห็นของผู้เรียนในด้านความคาดหวังกับคุณค่าของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
5 = คาดหวังมากที่สุด 4 = คาดหวังมาก 3 = คาดหวังปานกลาง 2 = คาดหวังน้อย 1 = คาดหวังน้อยที่สุด

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
1. หลักสูตร : การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ					
1.1 สร้างหลักสูตรตามความต้องการของภาคเอกชนและภาคอุตสาหกรรม					1
1.2 หลักสูตรเน้นด้านบูรณาการและพัฒนาศักยภาพด้านการประดิษฐ์					
1.3 ให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การ					
1.4 เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เช่น นวัตกรรมและเทคโนโลยี					
2. กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF:HEd)					
2.1 เพื่อให้สถาบันของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล					
2.2 มุ่งเน้นที่ผลการเรียนของผู้เรียน					

รายการ	ระดับความคาดหวัง				
	5	4	3	2	1
2.3 รับประกันการเรียนรู้เชิงคุณภาพขั้นต่ำ					
2.4 สร้างทักษะให้แก่ผู้เรียนครบทั้ง 5 ด้าน คือ					
- ด้านคุณธรรม จริยธรรม					
- ด้านความรู้					
- ด้านทักษะทางปัญญา					
- ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					
- ด้านทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ					
3. Output					
3.1 ผู้เรียนได้รับความรู้จากสถาบันอย่างกว้างขวาง					
3.2 ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์และปฏิบัติได้จริงในสายอาชีพของตน					
4. Outcomes					
4.1 ผู้เรียนสามารถนำความรู้ความสามารถเพื่อดำรงตำแหน่ง					
- เป็นผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจ					
- นักวิชาการ/นักวิจัยด้านการจัดการธุรกิจ					
- ผู้จัดการโครงการ/ผู้จัดการทั่วไป					
- อื่นๆ (ระบุ)					

แบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ตอนที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

เติมเครื่องหมาย ลงใน และโปรดระบุข้อมูลในช่องว่างตามความเป็นจริง

- เพศ 1) ชาย 2) หญิง
- อายุ 1) 20 – 25 ปี 2) 26 – 30 ปี 3) 31 – 35 ปี
 4) 36 – 40 ปี 5) 41 – 45 ปี 6) มากกว่า 45 ปีขึ้นไป
- สถานะภาพ 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่
- บุตร มีบุตรจำนวน.....คน (โปรดระบุ) ไม่มีบุตร

5. ระดับการศึกษา 1) กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขา.....(โปรดระบุ)
 2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะ.....(โปรดระบุ)
 3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี ระดับ.....(โปรดระบุ)
 คณะ.....(โปรดระบุ)
6. อาชีพ 1) นิสิต/นักศึกษา 2) ธุรกิจส่วนตัว 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 4) พนักงานบริษัท 5) รับราชการ 6) นักวิชาการ
 7) ธุรกิจการท่องเที่ยว
 ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม
 ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจการแสดง
 ธุรกิจการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอื่น ๆ(โปรดระบุ)
 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. รายได้ต่อเดือน 1) ไม่เกิน 10,000 บาท 2) 10,001 – 20,000 บาท
 3) 20,001 – 30,000 บาท 4) 30,001 – 40,000 บาท
 5) 40,001 – 50,000 บาท 6) มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
8. แหล่งเงินทุนการศึกษาต่อ 1) เงินทุนส่วนตัว
 2) เงินทุนจากสถานที่ทำงาน
 3) เงินทุนจากหน่วยงานอื่น..... (โปรดระบุ)

แบบสัมภาษณ์การวิเคราะห์โดยใช้ทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-based approach)

มีกรอบทรัพยากรสำคัญขององค์กรเรียกว่า VRIO framework ซึ่งประกอบด้วย 1)Value (คุณค่า)
2)Rareness (ความหายาก) 3)Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน) 4)Organization (องค์กร)

1. Value : คุณค่า หมายถึง การกำหนดคุณลักษณะสำคัญของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ทำให้ได้เปรียบหลักสูตรอื่น

คำถาม ตามความเห็นของท่าน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรมีคุณลักษณะสำคัญอะไรบ้างที่โดดเด่น

.....
.....

2. Rareness : หมายถึง ความหายาก เป็นเอกลักษณ์ ที่ผู้อื่นไม่มี

คำถาม ท่านคิดว่า เอกลักษณ์ของ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรชูประเด็นใดเพื่อสร้างความโดดเด่น

.....
.....

3. Imitability หมายถึง ความสามารถในการลอกเลียนแบบ

คำถาม ท่านคิดว่าหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ควรลงทุนด้านใดเพิ่มเติม เพื่อให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ

.....
.....

4. Organization หมายถึง ทรัพยากรที่มีของคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

คำถาม ท่านคิดว่า คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว สาขาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรนำทรัพยากรด้านใดมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับหลักสูตรอื่น

.....
.....

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....